



Delningsekonomins påverkan på traditionella aktörer i Finland

Joel Meurman

Pro gradu-avhandling i internationell marknadsföring

Handledare: Monica Nyholm

Fakulteten för samhällsvetenskaper och ekonomi

Handelshögskolan vid Åbo Akademi

Våren 2021

Abstrakt

Ämne: Internationell marknadsföring	
Författare: Joel Meurman	
Arbetets titel: Delningsekonomin påverkan på traditionella aktörer i Finland	
Handledare: Monica Nyholm	
<p>Delningsekonomin är ett ekonomiskt system som handlar om uthyrningen och användningen av outnyttjade resurser. Delningsekonomiföretag har blivit ledande aktörer i sina branscher och spridit sig runtom i världen. I Finland har delningsekonomin redan funnits i en tid, men den har inte på samma sätt, som i andra regioner, tagit över vissa branscher. På grund av detta är det intressant att undersöka hurdan ställning delningsekonomin har i Finland.</p> <p>Syftet med denna avhandling är att undersöka på vilka sätt delningsekonomin har påverkat de traditionella aktörerna inom olika branscher och om denna påverkan har lett till att de traditionella aktörerna gjort förändringar i sin verksamhet samt hur de i framtiden kan förbättra sin verksamhet med utgångspunkt i det de lärt sig av delningsekonomin.</p> <p>Litteraturen som används i denna avhandling fokuserar på olika aspekter av delningsekonomin. Dessa diskuteras från olika synvinklar för att skapa en bild av hur man kan förhålla sig till delningsekonomin. Den teoretiska översikten innefattar allt från grundtankarna bakom delningsekonomin och hur hållbar den verkligen är, till lagstiftningen kring den och hur framtiden för delningsekonomin kan se ut.</p> <p>För att samla in empiriskt material om delningsekonomin i Finland användes en enkät som metod. Enkäten skickades ut till aktörer inom vissa branscher (boende- och biluthyrningssektorn). Enkäten innehöll olika frågor om aktörernas kännedom av delningsekonomin och om de blivit påverkade av den på något sätt. Det insamlade materialet analyserades ur ett kvalitativt perspektiv, men även kvantitativ analys utfördes.</p> <p>Undersökningen visade att en del av aktörerna hade på något sätt blivit påverkade av delningsekonomin, medan andra ansåg att de inte blivit påverkade alls. Därav kunde inga större absoluta slutsatser dras av det empiriska materialet, men man kan dock se att delningsekonomin är en konkurrent inom de undersökta branscherna och att många är mycket bekanta med den. När man kombinerar allt detta med det teoretiska materialet och delningsekonomin ställning i andra regioner, verkar det som om delningsekonomin inte ännu fullt etablerat sig i Finland, men att det finns tecken på att den kan göra det i framtiden.</p>	
Nyckelord: delningsekonomin, traditionella aktörer, boendesektorn, biluthyrningssektorn, plattformar, outnyttjade resurser.	
Datum: 17.05.2021	Sidantal (text): 80

Innehållsförteckning

1.	Inledning	5
1.1.	Problemområde	6
1.2.	Syfte och forskningsfrågor	8
1.3.	Metod.....	9
1.4.	Avgränsningar	10
1.5.	Definitioner	10
1.6.	Avhandlingens disposition	12
1.7.	Sammanfattning av kapitlet	12
2.	Teoretisk översikt av delningsekonomin	14
2.1.	Delningsekonomin allmänt	14
2.2.	Delningsekonomin kännetecken	16
2.3.	Affärsmodellerna inom delningsekonomin	19
2.4.	Plattformarna inom delningsekonomin.....	22
2.5.	Delningsekonomin och hållbarhet	27
2.6.	Lagstiftning och reglering av delningsekonomin	30
2.7.	Delningsekonomin framtid	33
2.8.	Slutsatser av litteraturen	34
2.9.	Sammanfattning.....	37
3.	Metod.....	40
3.1.	Forskningsmetod.....	40
3.2.	Datainsamlingsmetod	41
3.3.	Styrkor och svagheter med enkäter.....	42
3.4.	Argument för datainsamlingsmetodval	44
3.5.	Enkäten	45
3.6.	Frågorna i enkäten	46
3.7.	Data-analysmetod.....	52
3.8.	Metodens reliabilitet och validitet.....	53
3.9.	Metodens begränsningar	55
3.10.	Forskningsetik	55
3.11.	Sammanfattning av kapitlet	56

4.	Redovisning och analys av empiriskt data	57
4.1.	Beskrivning av branscherna som undersöks.....	57
4.2.	Redogörelse och analys av den empiriska datan	58
4.2.1.	Bakgrundsinformation om aktörerna: frågorna 1 – 3.....	58
4.2.2.	Fråga 4.....	61
4.2.3.	Fråga 5.....	62
4.2.4.	Fråga 6.....	66
4.2.5.	Fråga 7.....	69
4.2.6.	Fråga 8.....	71
4.3.	Sammanfattning av redogörelsen och analysen av den empiriska datan	72
5.	Analys.....	75
6.	Diskussion och sammanfattning	79
6.1.	Svar på syfte och forskningsfrågor.....	79
6.2.	Råd till företagsledningen	82
6.3.	Förslag till fortsatt forskning.....	83
6.4.	Kritisk återblick.....	84
	Källförteckning	86
	Bilagor	93
	Bilaga 1: enkäten på svenska och finska	93

1. Inledning

Delningsekonomin är i dagens samhälle inte mera ett nytt fenomen. Den har under flera års tid etablerat sig runtom i världen och de största företagen har blivit stora aktörer i sina respektive branscher (*Robinson, 2019*). Företag som Uber och Airbnb är bekanta för de flesta konsumenterna och de är respektabla alternativ inom sina respektive branscher. I Finland är delningsekonomin inte ännu så stor som den är i många andra länder och regioner, enligt *Nylund (2019)*, men olika företag har under årens lopp kommit till Finland och blivit ett alternativ inom olika branscher. Många av dessa företag är kanske sådana man inte direkt tänker att är en del av delningsekonomin, men vid närmare granskning har de flera egenskaper som är kännetecknande för delningsekonomin. Företag kan klassas att höra till delningsekonomin på olika sätt, vissa företag hör fullständigt till delningsekonomin, t.ex. att alla tillgångar på företagets plattform härstammar från användare, medan andra företag har vissa saker gemensamt med traditionella aktörer på marknaden, såsom att företaget har ett lager med tillgångar (*Wirtz, 2019*).

Orsakerna till att människor väljer att utnyttja vad delningsekonomin har att erbjuda, varierar från de etiska och sociala till de rent ekonomiska (*Böcker & Meelen, 2017*). Delningsekonomin erbjuder många konsumenter sådana tjänster som de inte kan få från mer traditionella aktörer. Många konsumenter är också intresserade av alternativa sätt att konsumera och nya typer av ekonomiska system. Delningsekonomin kan även kopplas till olika samhällliga debatter och ämnen som är aktuella, såsom hållbarhet, konsumtion och andra sociala frågor. De traditionella aktörerna är dock tillsvidare det första stället konsumenterna söker sig till, men det dyker ständigt upp nya företag inom delningsekonomin, till och med inom branscher man inte kan tänka sig att skulle kunna vara lämpliga för dem.

Delningsekonomin är relativt ny, men den har redan visat att den har en stor potential för fortsatt tillväxt ekonomiskt (*Statista, 2020*) och att företagen som använder sig av delningsekonomin affärsmodeller kommer fortsättningsvis att vara en del av det ekonomiska landskapet. Nya teknologier och lösningar på problem har alltid lett till nya industrier och gjort slut på den tidens traditionella aktörer. Det gäller bara att vänta och se om delningsekonomin kan följa i dessa spår och ändra på sättet vi konsumerar.

1.1. Problemområde

Problemområdet i denna avhandling handlar om delningsekonomin påverkan på traditionella branscher i Finland. Genom att undersöka detta kan man bättre förstå delningsekonomin ställning i Finland gentemot de traditionella aktörerna inom de branscher som delningsekonomin fått ett fotfäste i.

Delningsekonomin olika aspekter har undersökts, men förhållandet mellan delningsekonomin och traditionella branscher är något som inte fått så mycket uppmärksamhet. Att kunna se vilka delar av de traditionella aktörernas verksamhet som har påverkats av delningsekonomin, är något som skulle vara intressant. Det som redan har undersökts kan användas som grund för att undersöka problemområdet.

För företag är det också nyttigt att få mera kunskap om delningsekonomin och dess handlingsätt på marknaden. Många företag konkurrerar med delningsekonomin och är tvungna att agera på något sätt när en ny aktör kommer in på marknaden, vare sig det är en från delningsekonomin eller en mer traditionell konkurrent. För många företag skulle det vara användbart att veta mera om hur delningsekonomin har påverkat de olika branscherna den introducerats i.

Då det gäller tidigare forskning om delningsekonomin har det gjorts en hel del forskning om olika aspekter på den. Hållbarheten i delningsekonomin är en aspekt av

delningsekonomin som fått uppmärksamhet bland forskarna. *Geissinger m.fl. (2019)* gjorde en analys av en mängd olika plattformar inom delningsekonomin, för att se om de beskriver sig själva som hållbara. De kom fram till att det var vanligare att beskriva sig som hållbar inom vissa branscher, såsom mode, on demand-tjänster och logistik. Det visade sig även att större marknadsledande plattformar, såsom Uber och Airbnb inte beskrev sig själva som hållbara. Det har också forskats i skapandet av hållbara affärsmodeller för delningsekonomin (*Curtis & Mont, 2020*).

Det har även gjorts tidigare forskning om affärsmodellerna inom delningsekonomin. *Ritter & Schanz (2019)* skapade ett ramverk för affärsmodeller inom delningsekonomin genom att analysera delningsekonomin grunder och sammankoppla det med litteratur om affärsmodeller. Ramverket är gjort för att bättre förstå delningsekonomin potential liksom införandet av innovativa affärsmodeller. Annan forskning har gjorts om hur traditionella aktörer har ändrat sina affärsmodeller för att gå med i delningsekonomin (*Ciulli & Kolk, 2019*). De traditionella aktörernas förnyelse av affärsmodeller utgör också en del av forskningen.

Marknadsföringen inom delningsekonomin och delningsekonomin effekt på hur man ser på traditionella marknadsföringspraktiker har studerats i (*Eckhardt m.fl., 2019*). I forskningen har man intresserat sig för hur delningsekonomin utmanar marknadsföringens grunder: institutionerna, processerna och skapandet av värde. För att fortsätta utveckla tankarna inom marknadsföringen och riktlinjer för framtida forskning läggs också fram. All denna tidigare forskning tangerar avhandlingens problemställning och tema. Den ger insikter i vad man redan vet och skapar en god grund för resten av avhandlingen.

1.2. Syfte och forskningsfrågor

Syftet med denna avhandling är att undersöka på vilka sätt delningsekonomin har påverkat de traditionella aktörerna inom olika branscher och om denna påverkan har lett till att de traditionella aktörerna gjort förändringar i sin verksamhet samt hur de i framtiden kan förbättra sin verksamhet med utgångspunkt i det de lärt sig av delningsekonomin.

Forskningsfrågorna är indelade i två teoretiska forskningsfrågor, två empiriska forskningsfrågor och en normativ forskningsfråga.

Den första teoretiska forskningsfrågan är: *Hurdana affärsmodeller är kännetecknande för delningsekonomiföretagen?*

Genom att svara på denna forskningsfråga kan man få en bättre uppfattning om vad delningsekonomin går ut på och vilka värderingar och modeller den bygger på. Forskningsfrågan kan dessutom användas för att identifiera likheter mellan delningsekonomin och de traditionella aktörernas affärsmodeller.

Den andra teoretiska forskningsfrågan är: *Vilka för- och nackdelar har delningsekonomin för användarna?*

Denna forskningsfråga är bra för att skapa en helhetsbild av delningsekonomin och veta var problemen ligger och kunna se på vilka områden det behövs förbättringar i.

Den första empiriska forskningsfrågan är: *Hurdan påverkan på traditionella aktörers handlingssätt har delningsekonomiföretagen haft?*

Denna forskningsfråga kan stöda genom att kartlägga de olika sätten som delningsekonomin har påverkat de traditionella aktörerna. De kan ha påverkats ur många olika vinklar och på olika nivåer. Delningsekonomin introduktion i branschen kan ha påverkat dem, till exempel ekonomiskt, strukturellt eller marknadsföringsmässigt.

Ytterligare är det viktigt att veta om det är just delningsekonomin som lett till ändringarna eller om de gjordes baserat på andra faktorer.

Den andra empiriska forskningsfrågan är: *Finns det ett samband mellan hur bekanta aktörerna är med delningsekonomin och om de blivit påverkade av delningsekonomin?*

Denna forskningsfråga kan användas för att se hur bekanta aktörerna är med delningsekonomin och om detta har en effekt på vad de kan säga om delningsekonomin eventuella påverkan på olika delar av deras verksamhet.

Den normativa forskningsfrågan är: *Hur kan de traditionella aktörerna i framtiden förbättra sin verksamhet med hjälp av delningsekonomin?*

Denna forskningsfråga kopplar ihop delningsekonomin styrkor med de traditionella aktörernas reaktion på introduktionen av delningsekonomin i branschen. Fokus ligger på de faktorer som delningsekonomin hade haft en inverkan på och hur de kan utvecklas.

1.3. Metod

I denna avhandling används en kvantitativ metod som den huvudsakliga forskningsmetoden. Enkäten som skickats ut innehåller öppna frågor som ska besvaras fritt, vilket betyder att enkäten även har en kvalitativ dimension. Syftet med enkäten är att kunna få svar på de empiriska forskningsfrågorna och undersöka om de traditionella aktörerna har blivit påverkade av delningsekonomin och hur de har reagerat på denna eventuella påverkan. Branscherna som undersöks är boendesektorn (inom turism) och biluthyrningssektorn. Dessa branschers verksamhet i Finland undersöks. En enkät valdes som datainsamlingsmetod, eftersom det är en så stor mängd aktörer som ska nås och för att slutsatser om branscherna ska kunna dras. På grund av detta valdes inte till exempel intervjuer som datainsamlingsmetod. I redogörelsen av materialet används olika figurer och grafer för att illustrera detta. Analysen av det empiriska materialet

utförs både kvantitativt och kvalitativt. De frågor som gynnar svar som kan kvantifieras presenteras och analyseras på ändamålsenliga sätt och på de öppna frågorna utförs en innehållsanalys.

1.4. Avgränsningar

Avhandlingen är fokuserad på branscher som har en aktör inom delningsekonomin som kan anses konkurrera med de traditionella aktörerna, närmare bestämt boendesektorn och biluthyrningssektorn. Inom boendesektorn används Airbnb som representant för delningsekonomin och inom biluthyrningssektorn används Blox Car. Aktörerna inom delningsekonomin som valdes har affärsmodellen C2C (*consumer to consumer*). En närmare definition av detta begrepp följer i avsnittet med definitioner. Aktörer med andra affärsmodeller existerar även inom delningsekonomin, men representerar inte delningsekonomin lika bra som de med affärsmodellen C2C. Problemområdet undersöks från de traditionella aktörernas perspektiv och fokus ligger på hur de har påverkats av delningsekonomin och hur de kan förbättra sin verksamhet i framtiden. Denna avhandling avgränsas geografiskt till Finland, men aktörerna som behandlas behöver inte ursprungligen vara från Finland. Tidsperioden som undersöks är från år 2018 framåt. Denna avgränsning har gjorts på grund av att delningsekonomin inte ännu är så stor i Finland, men kan tänkas vara nära det slutliga genombrottet (*Pesu, 2021*).

1.5. Definitioner

C2C (consumer to consumer): C2C är en affärsmodell som går ut på att en konsument köper en tillgång av något slag från en annan konsument genom användningen av en tredje parts plattform eller företag. (*Tarver, 2020*)

I litteraturgenomgången av delningsekonomin ligger fokus på företag med denna typ av affärsmodell. Om det är frågan om en annan typ av affärsmodell nämns detta i texten.

Plattform: Företagets plattform är det digitala stället där användarna kan hitta tillgångar de är intresserade av för att sedan använda sig av plattformen i syfte att genomföra transaktioner med andra användare. I litteraturen kring delningsekonomin används plattformen ofta som en synonym för företaget vars plattform det är. Det lyfts fram i denna avhandling om det gäller hela företaget eller endast deras plattform.

Traditionella aktörer: den typ av företag som man oftast associerar med olika branscher. Exempelvis är hotell det man oftast förknippar med boendesektorn (inom turism).

Affärsmodell: en affärsmodell är en beskrivning av en organisation och hur organisationen i fråga uppnår sina mål, såsom tillväxt, social påverkan och lönsamhet. (Massa m.fl., 2017)

Delningsekonomin:

- Ett socioekonomiskt system som använder plattformar, som genom tekniska lösningar gör det möjligt för användare att få tillfällig tillgång till materiella och immateriella resurser som kan vara samlade ihop genom crowdsourcing. (Eckhardt m.fl., 2019)
- En marknad som är formad genom en förmedlande plattform som underlättar utbytesaktiviteter inom ett nätverk av likvärdigt ställda ekonomiska aktörer. (Perren & Kozinets, 2018)
- Det nya fenomenet där vanliga konsumenter har börjat agera som försäljare och erbjuder tjänster som en gång i tiden exklusivt hörde till vanliga försäljare. (Narasimhan m.fl., 2018)

Definitionen av delningsekonomin som används i denna avhandling är en kombination av definitionerna som presenterades ovan och de egenskaper av delningsekonomin som de betonar. Min definition av delningsekonomin är: *Ett system som använder sig av plattformar för att underlätta utbytet av materiella och immateriella tillgångar mellan konsumenter, som även agerar som leverantörer av dessa tillgångar.*

1.6. Avhandlingens disposition

Efter detta inledande kapitel följer en litteraturgenomgång. Där behandlas olika aspekter av delningsekonomin, från plattformarna och affärsmodellerna inom den till en diskussion om hur hållbar den är och hur den regleras. I det tredje kapitlet presenteras den metod som använts i avhandlingen, genom att diskutera valet av forsknings- och datainsamlingsmetod samt hur det insamlade materialet har analyserats. Det empiriska materialet redogörs för och analyseras sedan i det fjärde kapitlet. Det femte kapitlet innehåller en "jämförelse" av slutsatserna från teorin och resultaten från analysen av det empiriska materialet. Avslutningsvis, besvaras forskningsfrågorna och resultaten diskuteras.

1.7. Sammanfattning av kapitlet

Delningsekonomin är ett fenomen som är centrerat kring effektiv användning av oanvända resurser och som erbjuder användare en möjlighet till alternativa sätt att konsumera. Problemområdet i denna avhandling är hur traditionella aktörer förhåller sig till delningsekonomin. På basis av problemområdet är syftet med denna avhandling att undersöka ifall delningsekonomin har påverkat de traditionella aktörerna inom olika branscher och om denna påverkan har lett till att dessa traditionella aktörer gjort förändringar i sin verksamhet samt hur de i framtiden kan förbättra sin verksamhet på

basis av det de lärt sig av delningsekonomin. Forskningsfrågorna handlar dels om delningsekonomis kännetecken samt dess för- och nackdelar, och dels om hur delningsekonomin har påverkat traditionella aktörer i olika branscher. Avhandlingen är avgränsad till Finland och till boende- och biluthyrningssektorn. I avhandlingen används både kvantitativ och kvalitativ metodik. Datainsamlingsmetoden är en enkät, som även innehåller öppna frågor ska besvaras fritt. På grund av detta används det i analysen av det insamlade materialet både kvantitativa metoder och kvalitativa metoder. Enkäten har skickats ut till olika traditionella aktörer i de valda branscherna. Det finns olika definitioner av delningsekonomin och i denna avhandling används en egen definition, vilken är en kombination av alla dessa: *Ett system som använder sig av plattformar för att underlätta utbytet av materiella och immateriella tillgångar mellan konsumenter, som även agerar som leverantörer av dessa tillgångar.*

2. Teoretisk översikt av delningsekonomin

I detta kapitel går litteraturen om delningsekonomin igenom. Först kommer en allmän introduktion till delningsekonomin samt dess kännetecken. Efter detta presenteras och diskuteras affärsmodellerna inom delningsekonomin. Sedan behandlas plattformarna som används av delningsekonomiföretag. Hållbarheten av delningsekonomin och de olika lagliga aspekterna av delningsekonomin diskuteras sedan i de nästa avsnitten. Olika argument för hur delningsekonomin framtid kan se ut tas ännu upp före kapitlet avslutas med slutsatserna som kan dras av litteraturen om delningsekonomin och en sammanfattning.

2.1. Delningsekonomin allmänt

Delningsekonomin skapar ett stort utbud av resurser på marknaden genom att möjliggöra användningen av inte fullt utnyttjade resurser samt genom att sänka transaktionskostnaderna (*Geissinger m.fl., 2020*). Detta möjliggörs genom användningen av virtuella plattformar som, enligt *Standing m.fl. (2019)*, utmanar handlingsätten av traditionella företag. *Geissinger m.fl. (2019)* nämner att delningsekonomin har skapat en ny förståelse om samspelet mellan utbuds- och efterfrågesidan, eftersom delningsekonomin användare har möjligheten att agera på båda sidorna. Användarna har också i delningsekonomin blivit det centrala vid en transaktion, istället för företagen. Användarna som fungerar som leverantörer är inte heller valda på förhand, utan matchningen sker via plattformen och i realtid. Enligt *Räisänen m.fl. (2020)* kan det som sker inom delningsekonomin delas in i fyra olika kategorier: återcirkulation av varor, ökat utnyttjande av hållbara tillgångar, utbyte av tjänster samt delningen av produktiva tillgångar.

Att dela med sig av ens resurser är inte ett nytt koncept, däremot har teknologiska framsteg gjort det mer lönsamt att dela på resurser genom att sänka på kostnaderna kring sökningen av potentiella leverantörer (*Benjaafar m.fl., 2019*). Dessa teknologiska framsteg innefattar utvecklingen av virtuella marknadsplatser, mobilapparater och plattformar, elektroniska betalningssätt, och bedömningssystem för att mäta ryktet av både användare och leverantörer. Andra faktorer som lett till uppkomsten av delningsekonomin, är sociala, såsom ökad befolkningstäthet i urbana områden runtom i världen, ökad oro för miljön (delningsekonomin anses vara mer hållbar än traditionella sätt av konsumtion), och ökat intresse för altruism bland de unga och utbildade. *Altinay & Taheri (2019)* påpekar att en viktig faktor i uppkomsten av delningsekonomin är även en förändring i kundernas preferenser och möjligheten för individer att vara hållbara mikro-entreprenörer. Värdet användarna får ut av delningsekonomin är, enligt *Zhang m.fl. (2019)*, en av faktorerna som får användarna att delta i delningsekonomin. Värdet skapas för användarna genom delningsekonomens kostnader, kommunikation mellan användare, och bekvämlighet.

Motiven för deltagandet i delningsekonomin kan, enligt *Geissinger m.fl. (2019)*, vara baserade på användarnas olika värderingar och ideologier, eftersom delningsekonomens utbud skiljer sig från utbudet hos de traditionella alternativen. De ekonomiska nyttorna är, naturligtvis, också en viktig faktor vid användarnas beslut att delta i delningsekonomin. Genom att framhäva mera transparens, öppenhet, samarbete och delning, har delningsekonomin potentialen att påverka människors synsätt på dessa saker. *Parente m.fl. (2018)* tillägger att konsumenter även drags till delningsekonomin på grund av överflödet av oanvända resurser, en växande medvetenhet bland konsumenterna om miljövänlighet och hållbarhet samt nivån av arbetslöshet. Genom delningsekonomin får användarna mer behändigt tillgång till olika resurser och undviker samtidigt nackdelarna av ägarskap och drar nytta av de lägre kostnaderna. Krafterna och motiven bakom deltagandet i delningsekonomin kan sammanfattas i tre olika kategorier: sociala, ekonomiska och teknologiska (*Zhang m.fl., 2019*). De sociala krafterna inkluderar

ökad befolkningstäthet, hållbarhet, viljan att kommunicera med andra individer, och de nya generationernas altruism. Till de ekonomiska krafterna hör mängden oanvända resurser, finansiell flexibilitet, tillfällig tillgång istället för ägarskap, och inflödet av riskvilligt kapital. De teknologiska krafterna bakom deltagandet i delningsekonomin är sociala nätverk, utvecklingen av mobilapparater samt nya betalningssätt.

Delningsekonomin har spridit sig till många olika branscher och skapat ett alternativ till de redan existerande företagen inom branschen (*Geissinger m.fl., 2019*). De traditionella företagen i dessa branscher har huvudsakligen reagerat till delningsekonomin introduktion på tre sätt, enligt *Constantiou m.fl. (2017)*. De har reagerat med att köpa upp företaget, börjat samarbeta med företaget, eller börjat konkurrera starkare med företaget. Flera traditionella företag har också implementerat komplementära affärsmodeller som grundar sig på delningsekonomin i sin verksamhet.

2.2. Delningsekonomin kännetecken

Delningsekonomin grundar sig på att oanvända och outnyttjade resurser delas för att optimera deras användning (*Acquier m.fl., 2017*). Dessa resurser delas mellan användare, som får tillfällig tillgång till dem, det vill säga att de inte vid något tillfälle ägs av användarna (*Eckhardt m.fl., 2019*). Ett exempel på detta kan vara att en användare äger en bostad, som kommer att vara oanvänd under en viss period och som kan i sådant fall erbjudas åt andra användare via ett delningsekonomiföretags (ex. Airbnb) plattform. Enligt *Acquier m.fl. (2017)* är målet med denna aspekt av delningsekonomin är att, förutom optimering av resursanvändning, ge tillgång till resurser åt en större mängd konsumenter.

Delningsekonomin kännetecknas även av behovet av en plattform som matchar ägarna av resurserna med användarna av resurserna (*Eckhardt m.fl., 2019*). Plattformarna inom

delningsekonomin är globala och de möjliggör att en stor mängd användare samtidigt kan kommunicera med varandra (*Kong m.fl., 2020*). Detta sker dynamiskt och i realtid. Plattformarnas uppgift är att underlätta utbytet av resurser mellan användarna (*Acquier m.fl., 2017*). *Eckhardt m.fl. (2019)* nämner att kännetecknet för just plattformar inom delningsekonomin är deras matchningsfunktion. Detta skiljer sig från, till exempel traditionella biluthyrningsföretag, eftersom de kommunicerar direkt med, i deras fall, kunden. Företaget har inte i detta fall matchats med kunden och transaktionen sker på traditionellt sätt mellan företaget och kunden.

Ett kännetecken som skiljer delningsekonomin från informella delningsaktiviteter, såsom att skjuta en vän med sin bil och inte be eller förvänta sig en betalning, är att det vid transaktionerna mellan användarna finns en förväntan av en gentjänst (*Eckhardt m.fl., 2019*). Gentjänsten är oftast ekonomisk, det vill säga en monetär betalning, men kan även i vissa fall vara av annat slag (ex. utbyte av varor). Detta betyder att det sker en överföring av värde mellan användarna, vilket utesluter vissa aktiviteter från delningsekonomin. Om det skulle ske en betalning eller en gentjänst i det ovannämnda exemplet, skulle det bli en mer formell transaktion och på så sätt kunna höras till delningsekonomin.

Aktörerna inom delningsekonomin är ganska långt de samma som vid vanliga transaktioner mellan kunder och företag. Skillnaden uppkommer i vad dessa aktörer har för roll i att transaktionen utförs. Aktörerna inom delningsekonomin är följande: användare som erbjuder sina resurser, företag som äger plattformen och i vissa fall erbjuder resurser, och användare som utnyttjas resurserna (*Kong m.fl., 2020*). Ifall företaget inte själv sköter upprätthållningen av plattformen, kan företaget som sköter upprätthållningen räknas som en skild aktör inom delningsekonomin. Företaget som äger plattformen har, som sagt, i uppgift att underlätta användarnas transaktionsprocess, vilket skiljer sig från den traditionella rollen företaget brukar ha. Det största kännetecknet för delningsekonomin är användarnas utvidgade roll, enligt

Eckhardt m.fl. (2019). Användarna är aktiva på både utbuds- och efterfrågesidan genom att de både kan utnyttja resurserna på plattformen och dela sina resurser på plattformen. Utbudet på plattformen är ofta ihopsamlat av många individuella användare. Dock brukar det finnas en klar tudelning av användare som erbjuder resurserna och användare som utnyttjar dem. Till exempel en användare som är chaufför för Uber, är oftast på utbudssidan på plattformen, medan andra användare endast utnyttjar resurserna. Genom att slå ihop alla de resurser användarna och företaget har, kan man se det totala utbudet på plattformen.

Alla dessa kännetecken för delningsekonomin kan användas för att identifiera de största skillnaderna mellan företag inom delningsekonomin och traditionella företag. Skillnaderna uppstår av sättet som man i delningsekonomin använder olika medel, vilka även existerar hos traditionella företag, samt deras roller. Om man tänker på en av grunderna till delningsekonomin, kortvarig uthyrning eller användning av en resurs, är det något som även finns hos traditionella företag. I detta fall är skillnaden att det är frågan om två användare (kunder ur traditionella företags synvinkel) som har utfört en transaktion med hjälp av ett företag som medlare, istället för att det skulle vara ett företag och en kund som utför en transaktion. Detta leder in till en annan skillnad, företagets roll inom delningsekonomin. Företagets roll, inom delningsekonomin, är att vara medlare mellan användare och erbjuda en plattform för dem att hitta varandra på, medan traditionella företag redan är den andra parten i en transaktion. Här kan man även tänka på den ekonomiska delen ur företagets synvinkel. Delningsekonomiföretagen tjänar pengar för varje transaktion som utförs. De traditionella företagen, däremot, tjänar pengar endast genom att transaktionen utförs med dem och inte med en konkurrent. Detta leder sedan till sättet på vilket plattformen används av de olika typernas företag. Matchningen av användare med varandra är huvuduppgiften för plattformarna inom delningsekonomin. Hos traditionella företag är plattformen ett verktyg som används för att hjälpa kunden med att utföra transaktionen.

Detta påvisar skillnaden i syftet och orsakerna för användningen av plattformar mellan de olika företagen.

2.3. Affärsmodellerna inom delningsekonomin

Affärsmodellen för konsumtion baserar sig på en användning av resurser och ägarskap av det man konsumerar, t.ex. äger man en bil istället för att hyra en bil då man har behov av det (*Benjaafar & Hu, 2020*). Denna affärsmodell kan vara ineffektiv då dessa (privatägda) resurser inte utnyttjas fullständigt eller då de används periodiskt, det vill säga att en bil används mindre än den står oanvänd. Exempelvis, uppskattar *United Nations (2020)* att privatägda fordon står oanvända i 95 % av deras livstid, vilket visar mängden resurser som potentiellt finns till förfogande. Ägarna av dessa resurser kan på olika plattformar inom delningsekonomin, vilka möjliggör delningen av resurser mellan användare (C2C), ge tillgång till dessa resurser åt andra användare för kortvarig uthyrning (*Benjaafar & Hu, 2020*). Detta sätt av kortvarig uthyrning av resurser skiljer sig från det traditionella sättet, eftersom det samtidigt finns flera olika köpare och säljare. Plattformarna fungerar som medlare mellan användarna (köparna och säljarna) och har som uppgift att minska friktionen på marknaden, kostnaderna associerade med sökandet av lämpliga leverantörer, samt transaktionskostnaderna. På plattformarna kan även en mindre aktör (ex. en enskild person) delta på både utbuds- och efterfrågesidan, vilket skiljer sig från den vanliga synen på utbud och efterfrågan där företag står för utbudet och kunden för efterfrågan. Inom denna typs affärsmodell finns det även en bra balans mellan utbudet och efterfrågan, eftersom de nyttjas av varandra. Då mängden ägare av resurser är stor på plattformen, ökar sannolikheten av att användarna med ett behov av resurser matchas med en användare som kan leverera resursen i fråga. Detta stämmer även andra vägen, det vill säga då det finns en stor mängd användare som har ett behov resurser, ökar sannolikheten för resursägare att matchas med användare. Utöver detta kan en enskild resursenhet klara av konsumtionsbehoven av flera användare, eftersom den inte är fullt utnyttjad. Slutligen, har affärsmodellen för

delningsekonomin även ha en inverkan på tillverkarna av alla de resurser som delas. Ur deras synvinkel kan delningen av resurser minska eller begränsa på intresset för ägarskap, på grund av att uthyrningen av resurser ses som ett bättre alternativ. Samtidigt kan ägarskap av resurser även ses som mer lockande, på basis av de potentiella inkomsterna som kan fås genom delningen av resurser, vilka kan göra ägarskap mera förmånligt. En annan sak som kan påverka tillverkarna positivt, är om delningen ökar på användandet av en resurs, ökar även behovet för att resurser måste ersättas eller repareras, vilket kan vara nyttigt för tillverkarna. Till exempel, kan man anta att en bil som används mycket leder till att den måste repareras oftare eller till och med ersättas med en ny bil. Detta leder i sin tur till att man kan fråga sig hur hållbar delningen av bilar och hela delningsekonomin är? Detta diskuteras vidare i delkapitel 2.5 (Delningsekonomin och hållbarhet).

Fokuset i denna avhandling ligger på delningsekonomin företag som har affärsmodellen C2C, men som det redan tidigare nämntes finns det även företag inom delningsekonomin med affärsmodellen B2C, det vill säga företag som själv äger resurser som användare kan få tillgång till (*Benjaafar & Hu, 2020*). *Eckhardt m.fl. (2019)* påpekar att denna typs företag inte exklusivt hör till delningsekonomin, utan de även kan anses vara traditionella företag. De har vissa egenskaper som delningsekonomin kännetecknas av, men deras verksamhet baserar sig inte fullständigt på delningsekonomin affärsmodeller. Dessa företag har en plattform som visar de tillgängliga resurserna, men användare har inte möjligheten att kommunicera med varandra (*Benjaafar & Hu, 2020*). På samma sätt som på andra plattformar inom delningsekonomin, får användarna tillgång till resurserna vid behov. Konceptet är inte något nytt, men enkelheten av hela processen är något som skiljer sig från tidigare liknande företag genom att det inte krävs en förhandsbokning eller anmälan för användningen av resurserna. Användarna uppmuntras ofta att ge feedback på upplevelsen på plattformen för att förbättra underhållningsvärdet, vilket skiljer sig från många traditionella företags relativt kontrollerade upplevelse på deras plattform/nätsida (*Kong m.fl., 2020*). För att

maximera tillgängligheten, är resurserna ofta, enligt *Benjaafar & Hu 2020*, utspridda på många olika ställen och det är även möjligt att returnera de uthyrda resurserna till ett annat ställe än det de hämtades från. De vanligaste exemplen på resurser dessa företag hyr ut, är fortskaffningsmedel av olika slag, såsom elektriska scootrar och cyklar. I Finland har möjligheten för användningen av dessa typers tjänster blivit vanligare under de senaste åren, i flera städer finns både elektriska scootrar (ex. Voi och Tier) och cyklar (ex. stadscyklar) att hyra ut (*Kuukkanen, 2019; Sarolahti, 2020*).

Faktumet att det inom delningsekonomin finns företag med olika affärsmodeller (ex. C2C och B2C), kan göra att uppdelningen av traditionella företag och delningsekonomiföretag blir svårare. Man kan tänka att företaget ska uppfylla något av kännetecknen för delningsekonomin för att höra till den, vilket dock kan ifrågasättas i olika situationer, enligt *Acquier, m.fl. (2017)*. Exempelvis, har biluthyrningsföretaget Hertz haft i Finland bilar som delas mellan användare, vilket hör till delningsekonomin (*Pesu, 2021*). Frågan blir att om Hertz skulle på grund av detta kunna klassas att vara en del av delningsekonomin. Det finns även allt fler fall där delningsekonomiföretag förflyttar sig närmare traditionella företag genom att börja ha egna resurser istället för förlita sig på att användarna kommer med resurser (*Eckhardt m.fl., 2019*). Till exempel har Uber nuförtiden egna bilar (*Uber, 2021*), vilket gör att de närmar sig ett vanligt taxiföretag där chaufförerna är anställda av företaget. I båda exemplen är grunden i deras verksamhet ändå den samma och åtgärderna är en utvidgning av deras verksamhet.

Enligt *Eckhardt m.fl. (2019)* borde inte, i alla fall, traditionella företag kunna klassas som representanter av delningsekonomin på basis av endast en aspekt i deras verksamhet, som hör till delningsekonomin, eftersom resten av verksamheten inte passar ihop med delningsekonomin. Exempelvis, värdesätter många traditionella företag förhållandet mellan leverantör och kund samt vikten av rykte (ex. recensioner och vitsord), men detta gör inte dem automatiskt till en del av delningsekonomin. *Codagnone & Martens (2016)* påpekar att även delningsekonomiföretag med affärsmodellen B2C redan är på många

sätt traditionella företag, eftersom deras verksamhet inte i praktiken skiljer sig från vilket som helst annat företag med samma affärsmodell. Svårigheten att exakt definiera delningsekonomin leder till att det uppstår diskussioner om vilka företag kan räknas med till delningsekonomin och vilka som representerar någon annan typs företag (*Acquier, m.fl., 2017*).

Hur man ska definiera och uppdelning olika företag kan tänkas från olika synvinklar. Man kan tänka att företag som ursprungligen var en del av delningsekonomin kommer att klassas som detta, oberoende av möjliga implementeringar från andra affärsmodeller. Samma sak kan sägas om traditionella företag och deras förändringar. En annan möjlighet är att företagen kan ses som blandningar eller hybrider, som har kännetecken av både traditionella företag och delningsekonomiföretag. Vid denna uppdelning skulle det troligen behövas något sätt att bedöma när ett företag blir en hybrid. Detta går tillbaka till frågeställningen om endast ett kännetecken av någondera företagstypen är tillräckligt för att företaget ska klassas, i alla fall delvis, som en del av antingen delningsekonomin eller som ett traditionellt företag. Faktumet kvarstår att det med tiden kan bli svårare att göra en uppdelning av olika företag, eftersom de ständigt utvecklas och gör förändringar i sin verksamhet.

2.4. Plattformarna inom delningsekonomin

En viktig del av delningsekonomin är användningen av virtuella plattformar för att skapa kontakter mellan användare (*Räisänen m.fl., 2020*). Syftet med dessa plattformar är att möjliggöra kortvarig tillgång till olika resurser åt användarna. *Standing m.fl. (2019)* beskriver plattformarna som virtuella marknadsplatser som matchar användare med varandra. Detta gör dem till informationsbaserade system och det verkliga värdet ligger i informationen som utbyts. Enligt *Parente m.fl. (2018)* fungerar plattformarna som gränssnitt som sammanför olika användargrupper och där kommunikationen sker enligt

förutbestämda regler och riktlinjer. Plattformarna möjliggör en märkbar sänkning av transaktionskostnaderna, som uppstår vilka uppstår vid matchningen av användarnas behov med potentiella leverantörer. Plattformarna är datadrivna med syftet att minska användarnas kostnader relaterade till sökning och information genom att öka sin kapacitet för övervakning av transaktioner (ex. genom GPS-spårning) och bedöma andra ingående risker (ex. användarnas recensioner och vitsord). Allt detta är möjligt genom de teknologiska framstegen, som gör det möjligt för användare att kommunicera med varandra och använda sig av tillgängliga resurser på virtuella marknadsplatser. Det ekonomiska värdet för delningsekonomiföretagen skapas genom att de tar betalt för varje transaktion, som utförs på deras plattform. Framgången av företagen är starkt kopplad till mängden nya användare av deras plattformar. Nya användare lockas till plattformarna genom att utbudet på plattformarna ökar, det vill säga då fler användare är villiga att erbjuda sina resurser. Detta kan i sin tur leda till att priserna för användningen av resurserna sjunker och anpassningsmöjligheterna förbättras. Plattformarna är även öppna för alla, det vill säga kraven för att börja erbjuda ens resurser är mindre än i vanliga fall.

Plattformarna som används inom delningsekonomin kan erbjuda flera olika fördelar och nyttor till användarna av dem (*Sutherland & Jarrahi, 2018*). Det första de kan erbjuda är flexibilitet för användarna. Plattformarna ska fungera smidigt och de ska vara dynamiska. Användarna ska kunna få tillgång till resurserna exakt när de behöver dem och även kunna delta och bidra i olika roller. Det ska vara enkelt för användarna att registrera sig på plattformen. Interna bedömningssystem kan göra det svårare för nya användare att skapa ett gott rykte inom plattformen, men att ansluta sig till plattformarna är oftast betydligt lättare än på mera traditionella arbetsmarknader, vilket gör plattformarna passande som deltidsjobb. En av grunderna för framgången av delningsekonomin och dess plattformar, är möjligheten att använda dem oregelbundet och vid behov. Faktumet att man som användare kan ha olika roller på plattformen uppmuntrar till både konsumtion och bidragande från användarna. När man sedan kombinerar användarnas

olika roller med användarvänligheten av plattformarna, kan till och med en passiv användare bidra med sina oanvända resurser och på så sätt bli en leverantör på plattformarna. För att plattformarna ska kunna upprätthålla flexibiliteten, måste det finnas en balans mellan användningen av resurserna och mängden av tillgängliga resurser. När det finns en hög efterfrågan krävs det att företag genom plattformen lockar fram bidrag från användarna. Att matcha användarna inom plattformen på basis av deras behov eller vad de kan erbjuda, är en av plattformarnas huvudsakliga roller. Denna process är optimerad genom användningen av olika typers filtrering, sökning och bedömning. På grund av de digitala ramverken inom delningsekonomin, är det geografiska avståndet mellan användare inte längre ett hinder. Det största hindret är istället sorteringen och filtreringen av en stor mängd användare. Detta har lett till att sortering, filtrering och matchning är en av fördelarna hos plattformarna inom delningsekonomin. Utöver dessa fördelar, kan plattformarna matcha användare i realtid, t.ex. utgående från information om användarnas geografiska läge samt genom att aktivt sortera och söka bland andra användare och till slut genomföra en transaktion. I vissa fall har leverantörerna varit missnöjda med matchningen, eftersom de ofta inte kan välja vem de matchas med. Exempelvis, har chaufförer för Uber matchats med användare som är relativt långt borta från dem och som sedan endast åkt en relativt kort sträcka, vilket har resulterat i en mycket liten eller ingen vinst för chauffören (*Lee m.fl., 2015*). På grund av liknande fall finns det lite osämja mellan automatiseringen av matchningen och användarnas autonomi.

Plattformarna kan växa snabbt på grund av dynamiken av nätverk, genom så kallade nätverkseffekter (*Standing m.fl., 2019*). Plattformarna är mycket påverkade av nätverkseffekterna, vilka inträffar när värdet av en produkt eller tjänst ökar då mer användare utnyttjar plattformen och på så sätt utvidgar nätverket (*Parente m.fl., 2018*). Enligt *Sutherland & Jarrahi (2018)* är tillgången till ett stort nätverk av leverantörer, användare och resurser är en av de största nyttorna av plattformarna inom delningsekonomin. Den utsträckning plattformarna har leder till att de kan lagra en stor

mängd värdefullt innehåll och andra resurser, i en skala som mer traditionella företag inte skulle kunna uppnå. Den digitala och automatiserade aspekten av plattformarna gör det möjligt för dem att växa exponentiellt, vilket i sin tur leder till att nätverket växer och samtidigt förbättras kvaliteten av det som erbjuds. *Constantiou m.fl. (2017)* beskriver delningsekonomins användning av nätverkseffekter som en självförsörjande "loop", där nya användare på ena sidan (utbud eller efterfrågan) lockar nya användare till båda sidorna. Dessa massiva nätverk nyttas avsevärt av externaliteter, de är mycket attraktiva för potentiella nya användare endast på grund av deras storlek (*Sutherland & Jarrahi, 2018*). Detta har gjort det svårt för nya plattformar inom delningsekonomin att etablera sig, i synnerhet i marknader där det redan finns större nätverk. Utsträckningen av plattformarna syftar inte bara på mängden potentiella användare som kan nås, utan även att de kan sträcka sig över stora avstånd och hitta oanvända resurser. Dessa nätverk är globala och kan på så sätt skapa relationer mellan användare och leverantörer på en internationell skala, men även mellan bostadsområden, vilket är viktigt för användare som bor i isolerade områden.

Hanteringen av transaktioner är också något som sköts via plattformarna (*Constantiou m.fl., 2017*). Plattformarna ser till att transaktionen mellan användarna sker smidigt och utan problem. De har som uppgift att minska på riskerna och skapa tillit bland användarna. *Sutherland & Jarrahi (2018)* nämner att plattformarna även erbjuder en mängd funktioner för att hjälpa användarna att hitta varandra och försäkra dem om plattformens säkerhet. Dessa funktioner gör plattformarna till ett slags digitala arbetsrum, som ger användarna infrastrukturen som behövs för att utföra olika utbyten och arbetsuppgifter. Som medlare ansvarar plattformarna även om bokföringen. Detta innebär, utöver att ha uppgifter om samtliga transaktioner, att upprätthålla giltigheten av dessa transaktioner genom försäkringar. I praktiken ser plattformen till att transaktionerna är säkra för användarna samt att användarna som inte utfört deras del av transaktionen bestraffas och att den parten som lidit återbetalas. Betalningarna sköts

automatiskt via plattformen, vilket gör det logistiskt enklare för användarna istället för att de själv tar hand om betalningarna.

Skapandet av tillit hos användarna är en viktig aspekt av plattformarna (*Sutherland & Jarrahi, 2018*). Delningen som sker via de olika plattformarna, såsom att dela ett fordon eller hyra ut ens resurser, är relativt personligt och underlättas genom plattformarnas egenskaper. Det vanligaste sättet att skapa tillit hos användarna är genom bedömningssystem och möjligheten för användarna att skriva egna recensioner, enligt *Constantiou m.fl. (2017)*. Även rekommendationer och kommunikation mellan användare, är sätt som plattformarna använder för att skapa tillit bland användarna (*Kong m.fl., 2020*). *Sutherland & Jarrahi (2018)* påpekar att ha ett bedömningssystem, såsom att ge vitsord, är dock inte alltid utan problem, eftersom användare ofta har olika uppfattningar om vad vitsorden betyder. Användarnas tillit för plattformarna, som medlare, är baserat på plattformens kunskap att matcha användare på ett sätt som de är bekväma med. Tillit för plattformarna kan ytterligare mätas genom plattformarnas hantering av dess användarbas. Detta sker genom olika policyn, som uppmuntrar effektivt deltagande bland användarna och som tar bort användare med dåliga rykten eller som på något sätt beter sig opassande. För att minska på mängden användare som måste tas bort, använder sig många plattformar av bakgrundscheckar och andra kompetenstest för att bedöma ifall potentiella användare är passande för plattformen. Alla dessa aktiviteter ger en klar och tydlig bild av ansvarstagandet och värderingarna inom hela nätverket, och kan förbättra användarnas tillit i plattformens förmåga att fungera effektivt.

En annan viktig del av plattformarna inom delningsekonomin är skapandet av en social gemenskap bland användarna (*Sutherland & Jarrahi, 2018*). Plattformarna inom delningsekonomin lockar till sig nya användare, underlättar kontakten mellan användarna samt uppmuntrar till deltagande, genom att fungera som mötesplatser för grupper av användare. Samtidigt ökar resurserna och det sociala kapitalet inom

nätverket förstärks. Orsaken till att människor använder plattformarna varierar, vilket har en anknytning till själva delningsekonomin som ett fenomen. Delningsekonomin kan ses som mera utilitaristisk och vinstdriven eller som mera altruistisk och driven av gemenskap. För användare som är mera vinstdrivna är den altruistiska sidan även en viktig faktor. Kollektiviteten kan också förknippas med olika ideologier. Exempelvis, är sambandet mellan hållbarhet och delningsekonomin baserat på hur effektivt oanvända resurser utnyttjas. Deltagandet uppmuntras genom att värderingar, såsom hållbarhet, används vid marknadsföringen av delningsekonomin.

2.5. Delningsekonomin och hållbarhet

Delningsekonomin kan anses bidra till mer hållbar konsumtion genom att underlätta tillgången till olika slags resurser istället för ägarskap och på så sätt minska på den totala konsumtionen, den totala produktionen och förbättra effektiviteten av material samt bidra med andra ekonomiska och sociala fördelar (Curtis & Mont, 2020). Detta kan minska på användningen av resurser och på växthusgasutsläppen. Wruk m.fl. (2019) nämner att vissa anser att affärsmodellerna inom delningsekonomin stöder en mer effektiv användning av naturresurser och gör det möjligt för fler människor att delta och nyttjas av olika ekonomiska aktiviteter. Enligt detta synsätt stöder delningsekonomin olika sociala och ekologiska värderingar och är en viktig del av att göra ekonomin till mer hållbar. Sambandet mellan delningsekonomin och hållbarhet är, enligt grundtankarna bakom delningsekonomin, mycket klart (Geissinger m.fl., 2019). Tankar, som samåkande och att man får tillgång till något istället för att man äger det, är starkt kopplade med effektiv användning av resurser och att minska på konsumtionen. Delningsekonomin har även setts som en möjlighet för samhällen att implementera en ny typs ekonomi, som inte baserar sig på ägande. Användarna av delningsekonomin är i många fall motiverade av annat än vinst, t.ex. olika altruistiska värderingar, såsom att dela med sig, hjälpa andra och bidragandet till ett hållbart liv. Delningsekonomin ses även som en möjlighet att

kombinera strategier kring effektivitet, soliditet och tillräcklighet, och göra dem till den nya normen om hur affärsverksamheten ska se ut i framtiden, enligt *Ritter & Schanz (2019)*. Delning som ett dominant konsumtionsätt kan leda till affärsmodeller som använder sig av mer hållbara produkter och är mera aktiva inom återvinningen. Genom delningsekonomin kan man kunna erbjuda billigare tillgång till olika resurser och främja skapandet av social sammanhållning inom samhällen. Löftena om de ekonomiska nyttorna av delningsekonomin härstammar från viljan att byta ut centraliserade ekonomiska och politiska institutioner mot välorganiserade nätverk.

Förespråkare av delningsekonomin har identifierat olika fördelar med delningsekonomin, från miljöaspekter och sociala nyttor till ekonomiska fördelar (*Ritter & Schanz, 2019*). Dessa fördelar är sammankopplade med olika värderingar, synsätt och samhälleliga debatter. Fördelarna ur ett miljöperspektiv baserar sig på bättre resursutnyttjande, såsom att minska på mängden oanvända resurser genom att föredra tillgång istället för ägande och att använda resurser till slutet av deras livslängd. Enligt *Ciulli & Kolk (2019)* kan man genom att dela med sig av resurser bland dem som behöver dem, bidra till en mera intensiv och effektiv användning av resurser. Ytterligare, med att minska köpet av nya resurser, kan man rikta människors uppmärksamhet mot utmaningar, såsom överproduktion och resursslösande. Ur ett socialt perspektiv finns det också märkbara fördelar med delningsekonomin. Grundtanken med delningsekonomin ur ett socialt perspektiv, är att den upprätthåller kollektiva former av konsumtion och att den främjar tillit, solidaritet och social samhörighet mellan individer. Socialt värde skapas även genom att tillgång till olika resurser ges åt individer som annars inte har råd att använda eller köpa dem. Plattformarna som är fokuserade på att sammankoppla användare med företag, som har ett behov av arbetskraft, har bidragit i skapandet av arbete genom att erbjuda tillgång till nya och flexibla jobb. Delningsekonomin skapar även ekonomiskt värde genom att etablera sig som ett nytt ekonomiskt system, som kan ses som ett alternativ för befintliga ekonomiska system. Detta nya system grundar sig på samarbete mellan individer, icke-monetära förhållanden

och göra det möjligt för vem som helst att, t.ex. bli mikroentreprenör och få extra inkomster genom att erbjuda sina oanvända resurser. Baserat på dessa faktorer har delningsekonomin affärsmodeller setts som hållbara. Detta innebär att affärsmodellerna inte enbart skapar ekonomiskt värde, utan att de även skapar socialt- och miljövärde.

Det finns även faktorer som kan ifrågasätta delningsekonomin hållbarhet, t.ex. har mängden och storleken av företagen som tagit i bruk så kallade delningsekonomimodeller ökat, vilket har lett till ifrågasättandet av den idealistiska bilden av delningsekonomin och dess effektiva bidrag till hållbarhet (*Ciulli & Kolk, 2019*). *Geissinger m.fl. (2019)* nämner att många stora företag inom delningsekonomin (ex. Airbnb och Uber) har fått stora investeringar och skapat turbulens i sina respektive industrier. De är vinstdrivande företag och konkurrerar med både existerande företag och olika intressegrupper genom deras synsätt på arbete samt hur företag har blivit användare och leverantörer inom delningsekonomin. Fastän strävan till vinst inte i sig strider mot tanken om hållbarhet, gör separationen av användare och leverantörer det. Även att resurser förflyttas istället för att de delas och fås tillgång till, är inte hållbart. Resurserna skulle i detta fall inte användas mer effektivt, utan de skulle anskaffas i syftet av konsumtion. Ett exempel på detta är hur bostäder byggs i syftet att rymma turister, jämfört med att turisterna hyr någon annans hem. Det sägs även att delningsekonomin kan bidra negativt till hållbarheten på grund av negativa reaktionseffekter, som skulle öka den totala konsumtionen och nuvarande praxis kring delning kan leda till skadliga verkningar på miljön och på sociala faktorer (*Curtis & Mont, 2020*). Det sociala värdet som skapas av delningsekonomin kan därför också ifrågasättas, enligt *Ciulli & Kolk (2019)*. Exempelvis, har plattformar, som är gjorda för kortvariga arbetsförhållanden och enskilda arbetsprojekt, blivit anklagade för att maskera arbete utan säkerheter och grundrättigheter som flexibilitet och självständighet. Plattformarna för uthyrning av bostäder har negativt påverkat skapandet av ett mera öppet samhälle. Istället har de främjat inkomstskillnaderna, eftersom husägare som har råd att hyra ut bostäder ofta

redan har en relativt bra inkomst. Ett annat exempel på situationer där delningsekonomins hållbarhet kan ifrågasättas, är i bilindustrin där de låga priserna av tillgång till delade fordon kan leda till en ökad användning av dem. I sådana fall skulle de användas på bekostnad av mer miljövänliga alternativ, såsom kollektivtrafik, cyklar och gående. Andra negativa följder delningsekonomin har på samhället, är att de gör sociala interaktioner till råvaror, försämrar arbetsomständigheterna, och ökar på konsumtionen av naturresurser (*Wruk m.fl., 2019*).

2.6. Lagstiftning och reglering av delningsekonomin

Beslutsfattare och aktörer inom den offentliga sektorn runtom i världen har blivit mötta med frågor gällande uppkomsten och tillväxten av delningsekonomin (*Vith m.fl., 2019*). Dessa frågor innefattar styrningen på många olika plan. För det första uppstår det problem av så nya affärsseder att den existerande lagstiftningen inte går att tillämpa på dem. Produktionsmetoden av medskapande (*eng. co-creation*) och de otydliga gränserna mellan leverantörer, konsumenter och arbetstagare, som är associerade med företag inom delningsekonomin, gör det svårt för beslutsfattare att tillämpa existerande lagar. Ett exempel på ett fall av detta, är debatten kring ifall chaufförer för Uber är anställda av Uber eller inte. Det skapas luckor i styrningen och lagstiftningen på grund av den teknologiska utvecklingens fart och de nya handlingssätten som uppkommer från detta. Tvetydiga lagar och legala kryphål leder också till problem med lagstiftningen och olika policyn. Ytterligare, är många företag inom delningsekonomin till sin natur svåra att kategorisera till ett visst område i lagstiftningen. Styrningsfrågorna som diskuteras är på många sätt ihopkopplade med aktuella frågor som har med delningsekonomin att göra. Dessa frågor handlar om arbete, ägande, konsumentskydd, dataskydd, ansvarsskyldighet och försäkring, handel, konkurrens och antitrust, icke-diskriminering, och beskattning.

Zhang (2020) tar upp att företagen inom delningsekonomin kan ha olika typer av lagligt status. Dessa statusar kan användas för att se hurdan laglig koppling och ansvar företagen har till användarna av deras plattformar. Den första typen av lagligt status är att företaget inte är den huvudsakliga handelspartnern, utan stöder endast i att transaktionen fulländas. I dessa fall är den lagliga kopplingen mellan företaget och användarna relativt svag. Den andra typen av lagligt status är att företaget är den huvudsakliga handelspartnern, men delar ansvaret om att resurserna kan utnyttjas av användarna med leverantörerna. Den lagliga kopplingen är starkare än i det första fallet, men företagen har inte fullt ansvar gentemot användarna. Den sista typen av lagligt status är att företaget är den huvudsakliga och enda handelspartnern och användarna kan kräva att företaget tar fullt ansvar för att transaktionen fulländas.

Delningsekonomin grundtankar om att träffa nya människor, skapa nya kontakter och använda resurser mer effektivt, har utvecklats och utvidgats, enligt *Pawlicz (2019)*. Delningsekonomin har blivit en ny typ av konsumtion, vilket också skapat nya typer av leverantörer av resurser. Existerande regleringar har blivit förlegade och kan inte tillämpas på dessa nya aktörer. Utöver detta har regleringen försvårats av den begränsade tillgången till marknads- och användardata (*Frenken & Schor, 2019*). Det finns också problem vid definitionen av vissa aktiviteter. Exempelvis, kan det vara svårt att bedöma var gränsen går mellan att tillfälligt ha en obekant människa att bo i ens hem och att hyra ut sin bostad som ett deltidsarbete. På grund av detta existerar det mycket tvetydighet i tydningen av regleringar kring delningsekonomin (*Pawlicz, 2019*).

Bland aktörerna, som är på något sätt delaktiga i delningsekonomin, finns det en diskussion om delningsekonomin ska regleras eller inte (*Pawlicz, 2019*). Uppväxten av en informell sektor, är enligt många som stöder reglering av delningsekonomin den största negativa konsekvensen. Inom denna informella sektor har aktörerna varit motvilliga till att samarbeta med städernas fullmäktige i ärenden kring beskattning och statistik (ex.

användardata). Det finns även misstankar om att många aktörer varit omedvetna om att aktiviteter inom delningsekonomin är beskattningsbara, enligt *Frenken & Schor (2019)*.

En bransch, som haft flera negativa upplevelser, är bostadsbranschen (*Frenken & Schor, 2019*). Enligt *Pawlicz (2019)* har det visat sig att den kortvariga uthyrningen av bostäder till turister strider mot syftet av många bostadsområden. De som är bosatta i dessa bostadsområden är tvungna att leva med de negativa följderna av detta, såsom ökad trafik till och från bostadsområdet, möta okända personer, och att syftet för vad bostäderna används för inte kan kontrolleras. Även bostadsmarknaderna blir påverkade av delningsekonomin (*Constantiou m.fl., 2017*). När mera fastigheter köps upp och görs om till bostäder för kortvarig uthyrning, sjunker utbudet av bostäderna som hyrs ut långvarigt. Samtidigt är utbudet av nya bostäder lägre, vilket leder till att bostädernas pris stiger och även bostädernas hyror stiger. Enligt *Pawlicz (2019)* strider detta mot delningsekonomin argument om att en tillväxt i marknaden för kortvarig uthyrning skulle vara nyttig för lokalbefolkningen, eftersom de kan få extra inkomster. I detta fall har de som inte äger oanvända bostäder, det vill säga bor på hyra, det sämre.

Ett annat argument för regleringen av delningsekonomin, är den monopolistiska kraften av plattformarna (*Pawlicz, 2019*). Oron om att de kommer att öka inflytandet de har på marknaderna är berättigat på grund av utvecklingarna som skett kring sökmotorer, virtuella förmedlare och plattformar på sociala medier. De höga fasta kostnaderna, de försumbara rörliga kostnaderna och svårigheterna med att byta plattform på grund av betydelsen av vitsord, visar att plattformarna inom delningsekonomin kan liknas till oligopol.

Enligt *Pawlicz (2019)* är ett av argumenten för att inte reglera delningsekonomin att regleringar skulle minska på mängden innovationer. Regleringar som skulle hindra eller begränsa delningsekonomin kan leda till mindre incitament för möjliga innovatörer, vilket i sin tur skulle minska på den ekonomiska effektiviteten. Ett annat argument för

att inte reglera, är att användningen av IKT och skapandet av nya marknader med effektiva system för att mäta rykte löste många av marknadernas problem, vilka beslutsfattarna försökte lösa i årtal. Ett annat argument är att det är nyttigt för ekonomin att effektivt utnyttja oanvända resurser och en begränsning skulle leda till välfärd förluster. Att reglera genom att införa licensiering och certifiering på plattformarna kan skydda företagen, men inte egentligen skydda användarna. Implementeringen av reglerna skulle troligen ta länge och efter det skulle det inte göras mycket uppföljning.

2.7. Delningsekonomin framtid

En fråga som kan ställas är om delningsekonomin verkligen kan bli en del av det ekonomiska landskapet. En förändring inom diverse branscher har påvisats och potentialen för förändring existerar. Den ekonomiska tillväxten och värdet av delningsekonomin är ett bra mått på delningsekonomin påverkan och hur framtiden kan se ut. Enligt *Statista (2020)* var det globala ekonomiska värdet för delningsekonomin år 2014 15 miljarder dollar och kommer att vara, uppskattningsvis, 335 miljarder dollar år 2025. Detta tyder på att man gott kan säga att delningsekonomin har vuxit och kommer också i fortsättningen att växa. Trots detta kan man ändå fråga sig om delningsekonomin kommer att bli en permanent del av det ekonomiska landskapet eller om den är en övergående trend. Att den är här för att stanna stöds av, dels den ekonomiska tillväxten vi sett under de senaste åren, dels av att stora delningsekonomiföretag, såsom Airbnb och Uber, har lyckats bli ledande aktörer i sina respektive branscher. Att delningsekonomin skulle vara en övergående trend stöds av att vissa större delningsekonomiföretag har förändrats och blivit lite mera som traditionella företag. Exempelvis, har Airbnb börjat bygga egna byggnader, det vill säga de har blivit aktiva i en annan bransch, som inte hör till delningsekonomin (*Berger, 2018*). Man kan också tänka på hur delningsekonomin syns i vår vardag. *Hamari m.fl. (2016)*

påpekar att tack vare teknologiska framsteg, kan man mycket enkelt och smidigt få tillgång till nästan vad som helst för resurser, varav många erbjuds av delningsekonomiföretag. Många av dessa företag har tagit redan existerande idéer och gjort dem mer moderna och passande för dagens konsumenter. Enligt *Zervas m.fl. (2017)* är delningsekonomin med i en större förändring av hur vi konsumerar, vilket den har visat att den är kapabel till genom den växande ekonomiska och sociala inverkan den haft.

2.8. Slutsatser av litteraturen

För att kunna uppnå syftet i denna avhandling, det vill säga att undersöka om delningsekonomin har påverkat de traditionella aktörerna inom olika branscher och om denna påverkan har lett till att de traditionella aktörerna gjort förändringar i sin verksamhet samt hur de i framtiden kan förbättra sin verksamhet med utgångspunkt i det de lärt sig av delningsekonomin, är det viktigt att se hurdana slutsatser som kan dras från teorin angående detta. Dessa slutsatser fungerar som grund för enkäten som skickats ut i samband med datainsamlingen.

Olika för- och nackdelar för användarna kan identifieras inom delningsekonomin. För användarna gäller det att tänka på vilka av dessa de värdesätter mest och sedan bestämma sig för att antingen delta eller inte delta i delningsekonomin. De huvudsakliga för- och nackdelarna inom delningsekonomin är listade nedan (Tabell 1).

Fördelar	Nackdelar
+ uthyrning av outnyttjade resurser	- begränsat utbud i vissa områden
+ hållbar konsumtion	- vissa delar inte så hållbara
+ priset	- priset hos B2C delningsekonomiföretag
+ uthyrning istället för ägarskap	- användarnas rättigheter vid en dispyt

Tabell 1: För- och nackdelarna inom delningsekonomin.

En slutsats som kan dras från teorin, är att delningsekonomin är synlig på många olika sätt. Dels är den bokstavligen synlig då man ser en elektrisk scooter liggande på gatan. Delningsekonomin är även synlig då man stiftar nya lagar och när man reglerar branscher och marknader. Dessa nya lagar och regleringar påverkar inte endast de nya aktörerna i branschen, utan även de redan existerande aktörerna. En av de viktigaste grunderna för delningsekonomin uppväxt, är de teknologiska framstegen som gjorts. De möjliggör att delningsekonomin även är mycket synlig på nätet, i den virtuella världen. Naturligtvis har även traditionella aktörer tillgång till nätet och kan göra sig synliga där, men det kan vara mycket svårt att kunna skapa konkurrensfördelar på delningsekonomin "hemmaplan". Delningsekonomin är synlig på många olika medier, vilket kan ge möjligheten att påverka från många olika håll.

Den ekonomiska inverkan delningsekonomin möjligen kan ha på traditionella aktörer, är en slutsats som kan dras på basis av teorin. Mycket av detta kommer från tanken av delningsekonomin som ett alternativ för konsumtion istället för att vända sig till de traditionella aktörerna. När detta tankesätt blir mer vanligt, kan man se hur snabbt delningsekonomin kan växa inom olika branscher. Stora företag inom delningsekonomin, såsom Airbnb och Uber, kan tyda på att vissa branscher är mer välkomnande åt delningsekonomin än andra. En ekonomisk inverkan på ett företag kommer högst troligen även att påverka andra delar av företaget. Att aktörerna blir påverkade ekonomiskt är troligen det vanligaste sättet som en möjlig påverkan kan ske. Nya aktörer som blir introducerade till en bransch kommer i alla fall för en tid att vara intressanta

alternativ för kunder, vilket kan påverka traditionella aktörer ekonomiskt. På basis av litteraturen är detta ett av de sätten som påverkan kan ha skett och används i enkäten som ett av de huvudsakliga sätten, vilka aktörerna ska ta ställning till.

Marknadsföringen hos företag är också något som kan påverkas av delningsekonomin. Sättet på vilket ett företag marknadsför sig är något som kan förändras som ett resultat av delningsekonomin introduktion. En av grundtankarna i delningsekonomin affärsmodell är att det ska vara lätt att få tillgång till resurserna på en plattform. Detta är något som traditionella aktörer kan tänkas kunna förbättra i sin verksamhet. Priset på användningen av en tjänst är också något som delningsekonomin kan påverka hos traditionella aktörer. I delningsekonomin kan priserna, till viss mån, sättas av användarna och kostnaderna är ofta lägre. Detta berör både den ekonomiska och den marknadsföringsmässiga delen av ett företags verksamhet. Hållbarhet är något som delningsekonomin har fokuserat på och som är mycket viktigt för många konsumenter. Av denna orsak strävar många företag till att vara mer hållbara, vilket också syns i företagets marknadsföringsåtgärder. På grund av allt detta är de traditionella aktörernas marknadsföring också ett sätt som de kan ha blivit påverkade på av delningsekonomin. Aktörerna ska i enkäten tänka på förändringar i deras marknadsföring och om detta kan ha varit ett resultat av delningsekonomin introduktion.

En effekt som delningsekonomin haft är att den har tagit en plats som en legitim aktör på marknaden. De olika marknadernas struktur har i och med detta ändrats då ett nytt sätt att agera har introducerats. Ett steg vidare från detta skulle vara att delningsekonomin handlingsätt skulle leda till strukturella förändringar inom de redan befintliga företagen på marknaden. Detta är självklart en svårare sak att åstadkomma, men delningsekonomin har visat sig vara kapabel till förändringar. En strukturell påverkan används i enkäten för att representera annat än en ekonomisk eller marknadsföringsmässig påverkan. Det kan vara frågan om att aktören har gjort ett beslut internt om hur något ska utföras i fortsättningen eller om det skett en administrativ

förändring inom företaget. Någon slags förändring i handlingssätten kan också höra till denna typ av påverkan.

2.9. Sammanfattning

Delningsekonomin är ett ekonomiskt system som baserar sig på tanken om att användare tillfälligt får tillgång till olika resurser, istället för ägarskap. Dessa resurser erbjuds av andra användare, det vill säga användarna står i de flesta fallen för både utbudet och efterfrågan av resurser. Vissa delningsekonomiföretag, som i början förlitade sig på att användarna skapade utbudet av resurser, har börjat erbjuda egna resurser. Företagen använder sig av plattformar för att sammankoppla användare. Plattformarna fungerar som medlare av transaktionerna mellan användarna. Resurserna som erbjuds och söks på plattformarna kan vara av materiellt eller immateriellt slag. Huvudsakligen är resurserna på något sätt inte fullt utnyttjade eller så är de oanvända. Detta är en av grundtankarna bakom delningsekonomin.

Kännetecknande för delningsekonomin är de sakerna som presenterades ovan. Dessa existerar även hos traditionella företag, men den viktigaste skillnaden mellan dessa företagstyper är sätten på vilka delningsekonomin är uppbyggd och hur de skapar konkurrensfördelar. De olika aktörerna inom delningsekonomin har andra roller än i vanliga fall. Själva företaget har inte än lika central roll i transaktionen och användarna har en utvidgad roll, eftersom de både erbjuder sina resurser och använder de resurser som erbjuds.

Affärsmodellerna som används av delningsekonomiföretag är uppbyggda enligt dessa principer. Förutom affärsmodellen där användarna utför transaktioner med varandra, finns det även företag, som kan klassas att höra till delningsekonomin, som utför transaktionerna direkt med användaren. Dessa företag har ofta vissa aspekter av

delningsekonomin i sin verksamhet, men de har även mer traditionella handlingsätt i sin verksamhet. Huruvida dessa företag kan klassas att höra till delningsekonomin kan diskuteras. Lättast blir det om man klassar dem som företag med olika dimensioner i sin verksamhet och att de kan ses som hybrider av de olika företagstyperna.

Hållbarheten och delningsekonomin kan också diskuteras. Om man endast ser på grundtankarna bakom delningsekonomin, är det svårt att säga att den inte skulle vara mer hållbar än andra sätt att konsumera. Man kan genast identifiera ekologiska, sociala och ekonomiska nyttor med delningsekonomin, men dessa nyttor är inte nödvändigtvis så stora som de ser ut. De ekonomiska nyttorna för användaren är mycket tydliga, men dessa ekonomiska nyttor fördelar sig inte alltid så jämnt mellan alla aktörer inom delningsekonomin. De ekologiska och sociala nyttorna kan (och har) ifrågasatts. Den bilden som målas av delningsekonomin går inte alltid ihop med verkligheten.

Lagstiftningen och regleringen av delningsekonomin har också visat sig vara problematisk. Delningsekonomin snabba tillväxt och nya sätt att konsumera har gjort det svårt för beslutsfattare att hinna med. Lagar och regleringar har i många fall blivit förlegade och de som redan existerar från förut kan inte tillämpas på delningsekonomin. Det finns mycket press på lagstiftarna att göra någonting åt de problem som delningsekonomin skapat, till exempel inom boendesektorn. Även argument för att delningsekonomin inte ska regleras existerar, vilket enligt förespråkarna skulle leda till en minskning i mängden innovationer.

Delningsekonomin framtid är också något som kan diskuteras. Från ett perspektiv av att den har vuxit kraftigt under de senaste åren och antagligen också kommer att fortsätta växa i framtiden, kan man tänka sig att delningsekonomin är här för att stanna. Delningsekonomin har även visat sig vara kapabel till att påverka olika branscher. Ur ett annat perspektiv kan faktumet att vissa delningsekonomiföretag börjat ha egna resurser (ex. Uber), vilket kan tyda på att företag flyttar sig mot mer traditionella handlingsätt.

Här kan man dock påpeka att även traditionella företag har implementerat nya affärsmodeller med aspekter från delningsekonomin. Delningsekonomin har en stor potential för fortsatt tillväxt och för att bli en större del av det ekonomiska landskapet.

3. Metod

I detta kapitel behandlas metoden som används i denna avhandling. Först kommer en beskrivning av möjliga forskningsmetoder och vilken av dem som valts för avhandlingen. Efter detta kommer en beskrivning av datainsamlingsmetoden, det vill säga en enkät, samt styrkorna och svaghetererna då den används som metod i en undersökning. Sedan följer argument för valet av en enkät som metod och en beskrivning om de data som kommer att samlas in och hur denna data kommer att analyseras. Frågorna som ställs i enkäten presenteras och motiveras även i detta kapitel. Efter detta diskuteras, i kontexten av denna avhandling, metodens reliabilitet och validitet samt dess begränsningar. Till sist kommer en diskussion om forskningsetik och hur den följs i denna avhandling, och en sammanfattning av kapitlet.

3.1. Forskningsmetod

Då man i en forskning väljer vilken typ av metodik man ska använda, finns det tre huvudsakliga tillvägagångssätt (*Williams, 2007*). Dessa är kvantitativ, kvalitativ eller en kombination av båda. Valet grundar sig på den data som ska samlas in. Ifall datan som ska samlas in är främst numerisk, är det vanligt att man väljer kvantitativ forskningsmetodik. Om datan som ska samlas in är främst i textform, är kvalitativ forskningsmetodik ett vanligare val. Det tredje alternativet är att använda sig av både kvantitativ och kvalitativ metodik. Detta är det bästa valet då både numeriska data och data i textform ska samlas in. Kvantitativ forskningsmetodik handlar om att data samlas in så att information kan kvantifieras och användas för att motbevisa olika påståenden. Det finns tre olika typer av kvantitativ forskning: deskriptiv, experimentell och kausal. Den deskriptiva typen av forskning är en grundläggande forskningsmetod som undersöker en situation i dess nuvarande tillstånd. Den experimentella typen handlar om behandlingen av en intervention i gruppen som undersöks. Den kausala typen

undersöker hur olika variabler är påverkade av varandra. Vanliga datainsamlingsmetoder är observation, enkäter och studier som undersöker korrelationer. Kvalitativ forskningsmetodik handlar om att beskriva, förklara och tolka insamlade data. Vid användningen av denna typs metodik, kan man få detaljerad information genom att vara mycket involverad i verkliga upplevelser. Det finns även ett starkare samband mellan datan och forskaren, jämfört med kvantitativ forskning där forskaren ser på ett fenomen från utsidan. En kvalitativ studie kan, t.ex. utföras som en fallstudie eller en etnografisk studie. Det tredje alternativet, en kombination av båda typernas metodik, strävar till att använda sig av styrkorna och samtidigt minimera svagheterna, av de båda metoderna. Vilka styrkorna och svagheterna är, är beroende på kontexten och hur man tänker närma sig forskningens ämnesområde. Genom att använda både kvantitativ och kvalitativ metodik kan man utvidga undersökningens bredd och få en bättre förståelse om det som undersöks.

På basis av avhandlingens syfte och forskningsfrågor, har en kvantitativ metod valts som forskningsmetod. Som datainsamlingsmetod har en enkät valts. Fastän metoden är kvantitativ, finns det inslag av kvalitativ metodik, i och med att enkäten innehåller ett antal öppna frågor som ska besvaras fritt med egna ord. Nedan följer en beskrivning av enkäter som metod, styrkorna och svagheterna med dem, och argument för varför en enkät är lämplig för avhandlingens undersökning.

3.2. Datainsamlingsmetod

Enkäter är användbara verktyg då man vill samla in kvantitativa data, men de kan även användas för insamlingen av kvalitativa data (*Walliman, 2017*). De ger möjligheten för forskaren att organisera sina frågor och få svar på dem utan att vara tvungen att vara i kontakt med varje respondent. Enkäter kan användas för att beskriva olika mönster inom större grupper (*Guthrie, 2010*). De är inte lika användbara då man vill göra en djupgående

analys om en individs synsätt. Det är vanligt att enkäter ger numeriska svar om attityder gentemot något och att endast korta skriftliga eller verbala kommentarer. Det finns två huvudsakliga typers frågor: frågor som ska besvaras fritt med egna ord och frågor som har förutbestämda svarsmöjligheter. Fritt besvarade frågor används då man inte vill begränsa svaren. Då denna av typ av frågor är skrivna på ett bra och tydligt sätt, ger de omfattande svar med den svarandes egna ord, vilket gör att validiteten av dessa frågor är hög. Däremot, är reliabiliteten är lägre, eftersom olika intervjuare/frågeställare kan gynna olika svar från den svarande. Frågor med förutbestämda svarsmöjligheter har en lägre validitet än fritt besvarade frågor, eftersom alternativen kan vara begränsande. Däremot, har de en högre reliabilitet, eftersom formen av frågorna och svaren är den samma, vilket gör att undersökningen är lättare att återskapa. För att öka på validiteten innehåller denna typs frågor ofta kategorin "annat", vilket minskar på frågornas begränsningar. Även frågor med fria svar kan tilläggas för att vidare utveckla svaret, t.ex. genom att fråga varför något är som det är. Det finns olika typer av frågor med förutbestämda svarsmöjligheter. Kategoriska svar är den vanligaste typen av denna typs frågor. De ger begränsade svarsmöjligheter (ex. ja/nej eller sant/falskt) och kan vara relativt ytliga, vilket leder till att de ofta följs upp med en fråga som ska besvaras fritt. Rankade svar används för ranka en mängd olika svar enligt preferens. Detta kan utföras genom att en skala från 1 till 5 (Likert-skala) används för att ranka det mest föredragna till det minst föredragna. För att mäta attityder och uppfattningar, används ofta svar med olika skalor. Alternativen ska bedömas från hög till låg med olika vitsord mellan dem. Till sist finns det även frågor, som används för att få mer detaljerad information, vilka använder filter för att ge de svarande som inte har relevant information, möjligheten att hoppa över vidare frågor om ämnet.

3.3. Styrkor och svagheter med enkäter

Enkäter liknar på många sätt intervjuer, men har den självklara skillnaden att det inte finns en intervjuare som frågar frågorna på enkäten (*Bryman & Bell, 2015*). Detta leder

till att enkäter oftast är kortare, för att undvika att den svarande tröttnar på att svara på frågorna och besvarar inte enkäten till slut. Enkäter har ofta också färre öppna frågor, eftersom slutna frågor brukar vara lättare att svara på. Ett annat kännetecken är att enkäter är designade så att de lätt kan följas och att de svarande inte hoppar över frågor eller besvarar frågor som är gjorda för att filtrera icke-relevanta svar.

Styrkan med användningen av enkäter som datainsamlingsmetod, är att de är flexibla (*Walliman, 2017*). De har även ett strukturerat format, de är lätta och behändiga för respondenterna, och de är billiga och snabba att skicka ut till ett stort antal personer utbredda över ett stort geografiskt område. Utöver detta har inte forskaren en inverkan på respondenten, vilket ger möjligheten till att ställa personliga frågor och ha en god chans att få svar på dem. Genom att jämföra enkäter med intervjuer kan man se vilka styrkor och svagheter enkäter, som metod har (*Bryman & Bell, 2015*). En styrka med enkäter är att de är billigare än intervjuer att ordna. I synnerhet då samplet är geografiskt utspritt. Skillnaden i kostnader är mindre synlig då man talar om telefon- eller videointervjuer. Även bekvämligheten är en styrka med enkäter. Respondenten kan besvara den när de hinner och i egen takt. En svaghet med enkäter är att det inte finns någon som kan hjälpa med frågorna, vilket gör det ytterst viktigt att frågorna är tydliga och entydiga. Det är även viktigt att enkäten är lätt att fylla i. Att det inte finns en möjlighet till att vidareutveckla ett svar är också en svaghet med enkäter. Detta är dock mest relevant vid användningen av öppna frågor, vilka inte förekommer lika mycket som slutna frågor. En annan svaghet är att svaranden oftast tröttnar på enkäter ifall de innehåller för många frågor som inte är iögonfallande, det vill säga att de anses vara tråkiga. Detta kan dock vändas till en styrka genom att göra enkäterna iögonfallande, vilket kan resultera i en högre svarsprocent. Det finns även en risk med enkäter att man inte vet vem som har besvarat enkäten. Detta är relevant om man skickar enkäten genom posten eller om det inte specifikt står åt vem enkäten är menad. En sista svaghet med enkäter är att de oftast har en lägre svarsprocent jämfört med intervjuer. Genom att

använda en kombination av olika metoder eller skicka ut enkäten åt sådana man kan kontrollera bättre, kan höja på svarsprocenten.

3.4. Argument för datainsamlingsmetodval

Metoden för materialinsamlingen som används i denna avhandling är en enkät. Syftet med denna avhandling är att undersöka ifall delningsekonomin har påverkat de traditionella aktörerna inom olika branscher och om denna påverkan har lett till att dessa traditionella aktörer gjort förändringar i sin verksamhet samt hur de i framtiden kan förbättra sin verksamhet på basis av det de lärt sig av delningsekonomin. För att uppnå detta krävs det att en relativt stor mängd av dessa aktörer ska bli frågade om sina tankar och attityder kring delningsekonomin. Information om detta ämne kan även vara svårt att hitta utan att få data direkt från undersökningens målgrupp. På grund av detta är en enkät en lämplig metod för denna avhandling.

Enkäter gör det möjligt att fråga många aktörer samtidigt och även att de kan svara när de hinner (*Bryman & Bell, 2015*). Att nå så många aktörer som möjligt är en viktig orsak till valet av metod. För att kunna dra något slags slutsatser, krävs det att så många som möjligt kommer med sina tankar. En annan möjlig metod skulle ha varit intervjuer, men samma resultat kan nås enklare genom enkäter. Det kommer att dock att finnas en aspekt av intervjuer i enkäterna. För att få ut det mesta av dem, är en del av frågorna formulerade så att det finns en möjlighet för de svarande att svara fritt på dem.

En svaghet med enkäter, är att man inte alltid vet vem som har fyllt i dem (*Bryman & Bell, 2015*). I denna avhandling har enkäten skickats via nätet till specifika aktörer som har relevant kunskap om ämnet, vilket minskar på risken av att icke-relevanta aktörer besvarar den. Att kringgå denna svaghet med enkäter lyckades, t.ex. av *Hamari m.fl. (2016)* i deras undersökning om människors motivationer för att delta i delningsekonomin. De valde att skicka enkäten endast till personer som redan var

användare av en plattform inom delningsekonomin. Dessa personer ansågs ha mera kunskap om ämnet och personer med icke-relevant kunskap kunde på så sätt filtreras bort. Även *Nadeem m.fl. (2019)* använde sig av sällning för att fokusera på relevanta deltagare i deras undersökning om rollen av etiska värderingar i konsumenternas deltagande i delningsekonomin. Deltagarna som ansågs vara relevanta var de som verkligen använde sig av olika plattformar inom delningsekonomin. Svarsprocenten är också något som skulle kunna vara högre vid användningen av enkäter som metod (*Bryman & Bell, 2015*). Vanligtvis har intervjuer en högre svarsprocent än enkäter, eftersom intervjuer kan kontrolleras bättre. För att få så många som möjligt att svara på enkäten, ska den vara ändamålsenlig, professionell och orsakerna till att den skickas klart och tydligt uttryckta.

Sammanfattningsvis, är enkäter den bästa metoden för att besvara forskningsfrågorna och uppnå syftet i denna avhandling. Styrkorna med enkäter kommer att utnyttjas på bästa sätt och svagheter kommer att motarbetas på olika sätt för att de inte ska hindra insamlingen av data.

3.5. Enkäten

Datan som ska samlas in via enkäten handlar mest om hurdan påverkan delningsekonomin haft, men även allmänt om hurdana tankar den väcker hos aktörerna. Enkäten har 8 frågor, varav en del kan besvaras fritt, eftersom det kan vara svårt för aktörerna att exakt uttrycka sina tankar genom förutbestämda svarsalternativ. För att skapa enkäten används Åbo Akademis verktyg för skapandet av elektroniska enkäter (*E-lomake*). Valet av verktyg för att skapa enkäten baserade sig på att kunna ge ett professionellt uttryck genom att använda det egna universitetets verktyg samt att kunna skapa enkäten kostnadsfritt och enkelt. Enkätens frågor, som presenteras i detta kapitel, är på svenska, men själva enkäten finns endast på finska (se Bilaga 1), det vill

säga en svenskspråkig version av enkäten, som skickades ut, finns inte. Det är även viktigt att enkäten går att besvara relativt snabbt och att det finns tydliga instruktioner, för att undvika att den svarande tröttnar på den och inte fyller i den till slut (*Bryman & Bell, 2015*). Dessa faktorer spelar en stor roll i hur enkäten i denna avhandling är uppbyggd.

Valet av aktörer har gjorts genom användningen av olika nätsidor, som samlar ihop aktörer i olika branscher till ett och samma ställe. Till exempel, för boendesektorn finns det flera olika nätsidor att välja mellan och valet har gjorts genom att gå igenom dessa. Utöver detta har också flera aktörer valts på basis av min egen kunskap från förut om dem. I valet av aktörerna var en viktig del att försöka inkludera aktörer från hela Finland, inte enbart från de största städerna. För att skicka ut enkäten till de olika aktörerna användes e-post. I e-postmeddelandet som skickades finns även bakgrundsinformation om varför enkäten skickas till just aktören i fråga, vad informationen kommer att användas till och allmänna instruktioner för ifyllandet av den. Totalt skickades enkäten till 145 olika aktörer inom de valda branscherna. Svarstiden på enkäten var två veckor och en påminnelse skickades efter en vecka. Efter de två veckorna, hade totalt 19 aktörer svarat på enkäten, varav 18 hörde till målgrupperna, vilket ger en svarsprocent på cirka 13 %. Svarsprocenten är inte så hög, men enkäten innehöll även flera öppna frågor, vilka ger mera djupgående svar än vanliga enkätfrågor.

3.6. Frågorna i enkäten

Ett bra sätt att bygga upp enkäter är att börja med allmänna frågor och sedan gå mot mer specifika frågor (*Guthrie, 2010*). På basis av detta börjar enkäten med allmänna data om vad för typs aktör det är fråga om. Boendesektorn, till exempel, innefattar olika typers aktörer, såsom hotell, vandrarhem och stuguthyrare. På grund av detta är det viktigt att kunna skilja på dem och möjligtvis se om det finns skillnader inom själva branschen. Då det kommer till biluthyrningssektorn är de flesta aktörerna, som namnet

säger, företag som hyr ut bilar. Det finns inte lika mycket variation som inom boendesektorn, men det är ändå viktigt att även samla in den datan. Namnen av aktörerna frågas inte i enkäten, utan de kommer att representeras vid behov av siffror (respondent nummer 1, osv.) och de enskilda svaren används för att kunna dra större slutsatser om branschen som helhet. Den första frågan har flera alternativ för typ av aktör att välja samt en möjlighet att fritt skriva in vilken typ av aktör det är frågan om, ifall aktören inte finns med bland alternativen. Enkäten som skickats ut är likadan oberoende av åt vilken sektors aktör den skickas till. På basis av datan som behövs och alla andra faktorerna, lyder enkätens första (1) fråga på följande sätt:

1. *Vilken typ av aktör är ni?*

Svarsalternativen:

- a. *hotell*
- b. *vandrarhem*
- c. *stuguthyrare*
- d. *biluthyrare*
- e. *annan, vilken?*

För att bättre kunna kategorisera och analysera datan som samlas in, kommer det några till allmänna frågor. Företagens storlek är något som också kan tänkas spela en roll i hur de påverkas av delningsekonomin. För att kunna ta företagets storlek i beaktande i dataanalysen, måste en fråga om detta ställas. Måttet på storleken av ett företag är, enligt *Statistikcentralen (2021)*, mängden anställda i företaget. De kategoriserar företag i stora (över 250 anställda), medelstora (50–249 anställda), småföretag (under 50 anställda) och mikroföretag (under 5 anställda). Även i frågan används dessa gränser. Den andra frågan i enkäten lyder:

2. *Vilken storleks företag är ni?*

Svarsalternativen:

- a. stort företag (över 250 anställda)*
- b. medelstort företag (50–249 anställda)*
- c. småföretag (under 50 anställda)*
- d. mikroföretag (under 5 anställda)*

Den sista allmänna frågan handlar om vilken position personen som svarar på enkäten har i företaget. På basis av vem som besvarar enkäten kan olika slutsatser dras i analysen. Det är intressant att se vilka olika typers personer som besvarar enkäten. Inga förutbestämda svarsalternativ ges, eftersom det skulle bli svårt att exakt veta vem som kommer att svara på enkäten. Den tredje frågan är:

3. Vilken position har ni i företaget?

Efter att ha frågat om vilken typs aktörer det är fråga om, fortsätter enkäten med att gå närmare in på avhandlingens ämne, det vill säga delningsekonomin. Det är viktigt att veta om hur bekanta aktörerna är med delningsekonomin och plattformarna inom den. Ifall de inte är så bekanta med delningsekonomin, kan det vara svårt att säga om den har påverkat dem på något sätt. En annan möjlighet är att de har blivit bekanta med delningsekonomin genom att den påverkat dem på något sätt. Genom att inkludera en fråga om hur bekanta med delningsekonomin aktörerna i de olika branscherna är, kan man se om det finns skillnader mellan branscherna och i hur delningsekonomin har påverkat dem jämfört med hur bekanta de är med den. Exempelföretagen (Airbnb och Bloxcar) används för att konkretisera delningsekonomin. Det är möjligt att vissa aktörer inte är bekanta med själva delningsekonomin, men känner till vissa företag inom den.

Då man i enkäter vill mäta attityder eller uppfattningar om något, är frågor med skalor ofta användbara (*Guthrie, 2010*). Detta passar även bra ihop med den här enkäten och

en fråga med en skala från 1 (inte bekant alls) till 7 (mycket bekant) används för att mäta hur bekanta aktörerna är med delningsekonomin. På basis av detta är enkätens fjärde (4) fråga denna:

4. *Hur bekanta är ni med delningsekonomin och företag (ex. Airbnb och Bloxcar) inom er bransch, som kan klassas som att höra till den? Svara på en skala från 1 (inte bekant alls) till 7 (mycket bekant och mycket insatt i ämnet).*

Svarsalternativen:

1. *inte bekant alls*
2. *lite bekant, har hört om den*
3. *lite bekant, kan beskriva vad den går ut på*
4. *bekant, känner till några företag inom den*
5. *bekant, känner till många företag inom den*
6. *mycket bekant, ganska insatt i ämnet*
7. *mycket bekant, mycket insatt i ämnet*

Sättet på vilket delningsekonomin har påverkat aktörerna är det nästa som ska undersökas. Det finns olika sätt som aktörerna kan ha blivit påverkade av delningsekonomin. Sätten är sammankopplade med varandra, eftersom det är frågan om en enskild aktör och, t.ex. har en förändring i ett företags ekonomiska ställning inte bara en påverkan på ekonomin, utan även ofta på hela företaget. Detta tas i beaktande, men ett av målen med denna avhandling är att kunna dra slutsatser om delningsekonomin påverkan på branscherna som en helhet. Självklart, ska även data samlas in ifall aktörerna inte blivit påverkade av delningsekonomin på något sätt alls eller om de inte kan säga vad som varit orsaken till möjliga ändringar inom företaget. Tidsramen för den möjliga påverkan är från och med år 2018 framåt. Detta för att göra det lättare att minnas och för att öka på sannolikheten att någon inom företaget har kunskap om ämnet.

Frågan för att samla in data om detta är gjord så att respondenten ska ta ställning till hur delningsekonomin har påverkat (eller inte påverkat) tre olika delar av deras verksamhet. De ska välja mellan att delningsekonomin påverkat dem positivt, negativt eller inte påverkat dem på något sätt alls. Svartalternativen är baserade på litteraturen om delningsekonomin och på de sätt som nya aktörer kan påverka branscher. Den femte (5) frågan i enkäten är:

5. Hurdan påverkan har delningsekonomin eller företagen inom den haft på verksamheten inom ert företag från och med år 2018?

Ta ställning till hur delningsekonomin har påverkat följande delar av företagets verksamhet:

positivt negativt ingen påverkan

företagets ekonomi

företagets marknadsföring

företagets interna strukturer

Då data om en möjlig påverkan har samlats in, är nästa steg att få mer detaljerade data om hur påverkan har skett. Att endast veta vad det huvudsakliga sättet som delningsekonomin påverkat aktörerna är inte tillräckligt för att närmare kunna undersöka ämnet. I detta skede gäller det att aktörerna ska beskriva närmare hur delningsekonomin blev mera synlig för dem och sedan påverkade dem på något sätt. Utan bakgrundsinformation om deras svar på den föregående frågan, är det svårt att veta exakt hur stor påverkan varit och om den varit positiv eller negativ. Det är även möjligt att få mera information om hurdan aktörernas ställning inom branschen var före delningsekonomin introduktion.

Efter att man frågat en flervalsfråga med förutbestämda svarsalternativ, är det bra att följa upp med en fråga som ska besvaras fritt (Guthrie, 2010). Nästa fråga i enkäten är en följdfråga för att få mera information om situationen. Det är den sjätte (6) frågan i enkäten och ska besvaras fritt:

6. På basis av svaret på föregående fråga, kan ni beskriva närmare hur denna påverkan har synats?

Efter att ha samlat in mera information om hur en möjlig påverkan skett, måste även aktörernas reaktioner och åtgärder på detta undersökas. Det är intressant att veta mera om ifall aktörerna fortsatte på samma sätt eller om delningsekonomin hade en djupgående effekt på dem och de gjorde förändringar på grund av detta. Ifall åtgärderna inte var så stora, säger det kanske något om företaget och deras syn på delningsekonomin, som en konkurrent. För att kunna besvara forskningsfrågorna och uppnå syftet i denna avhandling, är det viktigt att få information om aktörerna verkligen har blivit påverkade av delningsekonomin och på något sätt ändrat på sin verksamhet.

Fortsättningsvis, är det bästa sättet att få mer detaljerad information om situationen, att använda en fråga som ska besvaras fritt. Med en flervalsfråga skulle nivån av reaktioner ha kunnat mätas numeriskt, men inte kunna få information om vad som möjligen har gjorts. Den sjunde (7) frågan är:

7. Efter detta, tog ni några åtgärder? Har ni ändrat på era handlingssätt på något sätt?

När möjliga åtgärder tagits och nya handlingssätt implementerats, är det intressant att veta hurdana resultaten av detta var. Det är möjligt att den första reaktionen inte var framgångsrik och det behövdes göras något annat. Den andra möjligheten är att det som gjordes var korrekt och resultaten av detta var goda. En annan sak som är intressant att

undersöka är att se om aktörerna har hållit fast vid de ändringar och åtgärder de gjorde. Något som ansågs vara en kortsiktig åtgärd kan ha blivit en del av verksamheten.

För att få svar på detta, är en fråga som ska besvaras fritt det bästa valet. En fråga med numeriska alternativ för hur bra åtgärderna lyckades skulle också ha kunnat användas, men skulle inte ha gett mer detaljerad information om situationen. På basis av detta, är den åttonde (8) och sista frågan:

8. *Hurdana var resultaten av de möjliga åtgärderna som togs och handlingssätten som ändrades? Har dessa förändringar blivit en del av verksamheten eller var de endast tillfälliga?*

3.7. Data-analysmetod

Enkäten i denna avhandling användes främst för att samla in kvalitativt material, vilket betyder att materialet analyserades med hjälp av en kvalitativ data-analysmetod. Det mest ändamålsenliga sättet är att utföra en innehållsanalys av det insamlade materialet (Dawson, 2002). En innehållsanalys är en kvalitativ analysmetod, men är på många sätt nästan en kvantitativ analysmetod och kan såvida användas även för analys av material som samlats in genom en kvantitativ metod. Analysen går ut på att kategorisera datan genom olika koder, vilka kan vara enskilda ord eller nummer. I analysen av enkäten har innehållsanalys utförts på de frågor som skulle besvaras fritt.

För att redogöra för frågorna som har förutbestämda svarsalternativ har datan illustrerats i olika figurer. Dessa figurer innehåller mängden svar av en viss typ, de procentuella andelarna av olika svar, och fördelningen av svaren bland de olika aktörerna och branscherna. På grund av att enkäten inte besvarades av så många aktörer, 19 svar varav 18 hörde till målgrupperna, vilket betyder att samplet är mindre än den

rekommenderade storleken, vilken är 30 (*Delice, 2010*). Detta ledde till att de första frågorna endast redogjordes för och användes som bakgrundsinformation för resten av frågorna och själva analysen. Att se om det finns en korrelation mellan olika variabler, är ett sätt att analysera kvantitativt material (*Dawson, 2002*). Fastän datan inte analyserades kvantitativt, undersöktes ändå korrelationen mellan svaren på frågorna 4 (nivå av bekantskap) och 5 (typen av påverkan). Medelvärden av bekantskapen bland vissa respondenter beräknades också. Datan redogjordes för manuellt genom att använda det samma verktyget som användes för att skapa enkäten. En skillnad har också gjorts mellan de olika branscherna, främst för att skilja de olika respondenterna åt, eftersom största delen av respondenterna hörde till hotellbranschen.

3.8. Metodens reliabilitet och validitet

Reliabiliteten av en metod handlar om hur konsistenta måtten och resultaten är (*Bryman & Bell, 2015*). Det finns olika sätt som reliabiliteten kan mätas på. Ett av dessa sätt är stabiliteten av ett mått, vilket undersöker ifall man kan vara säker på det inte finns stora skillnader i resultaten om undersökningen utförs på nytt med samma metod. För att upprätthålla reliabiliteten är det även viktigt att allt som undersöks är konsistent, det vill säga handlar om samma sak. Om detta inte uppfylls, kan svaren och resultaten bli missvisande, eftersom undersökningen och metoden inte är koherent.

Validiteten av en metod är centrerat kring integriteten av slutsatserna som dras i en undersökning (*Bryman & Bell, 2015*). En viktig del av att granska validiteten är att se om det som används för att mäta någonting verkligen mäter det som det ska mäta. En variation av detta är att se om det finns en korrelation mellan olika variabler eller om förändringarna sker på grund av något annat. En annan aspekt av validitet är att undersöka om resultaten av en studie kan generaliseras utanför kontexten av studien, i allmänheten. Till sist kan problem med validiteten uppstå då resultaten tekniskt sett är

valida, men har inget med verkligheten att göra. Resultaten kan inte tillämpas i en vanlig situation och resultaten är bundna till omständigheterna av undersökningen. Validiteten och reliabiliteten har med varandra att göra, ifall ett mått inte är reliabelt, kan inte heller validiteten uppnås. Detta betyder att validiteten av en undersökning förutsätter att måtten är reliabla.

Reliabiliteten av enkäter, i kontexten av denna undersökning, kan diskuteras. En viktig del av en metods reliabilitet är att man kan lita på att resultaten inte varierar så mycket ifall undersökningen görs på nytt. Enkäten som används i denna undersökning, borde gynna liknande resultat om den skickas ut till olika traditionella aktörer och med samma innehåll. Att använda en enkät för att undersöka ämnet i denna avhandling, men med andra frågor, kommer antagligen att leda till olika resultat. En annan viktig del av reliabiliteten är att allt handlar om samma sak. Alla frågorna i enkäten är kopplade ihop med varandra och bygger på varandra. Det finns ett klart och tydligt samband mellan dem och de undersöker samma ämne.

Validiteten kan även diskuteras, i kontexten av denna undersökning. En viktig fråga är att se om enkäten verkligen kan användas för att se om delningsekonomin har påverkat de olika aktörerna och branscherna. Enkäten är skriven på det sättet att det inte borde finnas oklarheter om vad den mäter och hurdana slutsatser som kan dras utav svaren. Svaren kommer inte heller att förvrängas på något sätt, för att passa ihop med syftet av undersökningen. Korrelationen mellan olika variabler borde också vara tydlig och inte leda till tvetydighet med resultaten. En av orsakerna till att enkäten används som metod, är att kunna dra slutsatser om branscherna som helhet, kunna generalisera resultaten till en viss mån. På basis av detta borde det inte bli problem med att tillämpa resultaten i vardagliga omständigheter samt att resultaten är valida även utanför kontexten av undersökningen. Enkäten som metod är reliabel och det borde inte heller finnas problem med validiteten. Användningen av en enkät kan, i alla fall, på basis av reliabiliteten och validiteten anses vara ändamålsenlig för undersökningen.

3.9. Metodens begränsningar

De begränsningar som enkäten i denna undersökning har, är relaterat till vad andra metoder skulle ha kunnat erbjuda. En begränsning är att inte kunna få så djupgående svar, som man skulle få med intervjuer. Enkäten har frågor som ger möjligheten till fria svar, men med intervjuer skulle man kunna få mera information. Det har dock redan tidigare i kapitlet förklarats varför enkäten valdes som metod och inte intervjuer. En annan möjlig begränsning är att det kan vara svårare att få svar. En enkät är inte lika personlig som andra metoder, vilket möjligen kan leda till att intresset att besvara den minskar. Detta har tagits i beaktande i valet av metoden och i slutsatserna som dragits.

3.10. Forskningsetik

Forskningsetik handlar om att forskning utförs etiskt och att alla deltagarna behandlas enligt dessa principer (*Bryman & Bell, 2015*). Det finns två huvudsakliga aspekter av forskningsetik: forskarens individuella värderingar och forskarens behandling av andra involverade (*Walliman, 2017*). Forskarens individuella värderingar är relaterade till ärlighet, integritet och uppriktighet i forskningen. Behandlingen av andra involverade i forskningen handlar om frågor kring deltagarnas samtycke, sekretess, anonymitet samt artighet gentemot dem. Det är viktigt i forskning att inte på något sätt skada dem som är involverade, varken fysiskt eller psykiskt (*Bryman & Bell, 2015*). En annan dimension av forskningsetik är hur datan som samlas in behandlas och används. Datan som samlats in får inte användas på sätt som strider mot etiska principer eller befintlig lagstiftning. Det finns även situationer där gränsen mellan vad som är etiskt och vad som är oetiskt inte är så tydlig.

I kontexten av undersökningen i denna avhandling, är det viktigt att diskutera detta ämne. Mycket av forskningsetik är fokuserat på hur deltagare behandlas under undersökningens gång. Deltagarna i denna undersökning är företag i traditionella branscher. Redan tidigare i kapitlet har det lite diskuterats att ingen igenkännande information kommer att nämnas, endast vilken typ av aktör de är. På detta sätt kan aktörerna känna sig bekväma att besvara enkäten och deras rykte kommer inte att skadas. All information som samlas in används för denna avhandling och inte i något annat syfte eller till ett annat ändamål. Allt detta är gjort för att försäkra att undersökningen inte ska ha forskningsetiska problem.

3.11. Sammanfattning av kapitlet

Forskningsmetoden i denna avhandling är kvantitativ och datainsamlingsmetoden är en enkät. Enkäten har skickats ut till olika aktörer inom boende- och biluthyrningssektorn. Enkäten innehåller åtta frågor, varav tre är öppna frågor som ska besvaras fritt. En enkät valdes på grund av att det fanns ett behov av att nå så många aktörer som möjligt. Genom detta kan man få en helhetsbild av de olika branschernas attityder gentemot delningsekonomin och om de blivit påverkade av den. Det insamlade materialet analyserades både kvantitativt och kvalitativt, eftersom analysen av de öppna frågorna krävde en innehållsanalys. Validiteten och reliabiliteten av undersökningen och metoderna som används också tas i beaktande. De begränsningar metoden har är identifierade och beaktas i analysen och undersökningens resultat. Då man är i kontakt med riktiga personer, är det viktigt att de behandlas etiskt. Även redogörelsen och analysen av det empiriska materialet ska utföras etiskt och respondenternas svar ska inte representeras på ett missvisande sätt.

4. Redovisning och analys av empiriskt data

4.1. Beskrivning av branscherna som undersöks

Med boendesektorn avses att som yrke erbjuda inredda rum eller andra utrymmen åt kunder, som har ett behov för tillfällig inkvartering (*Arbets- och näringsministeriet, 2021*). Detta sker igenom olika former av boende, såsom hotell, hostell, vandrarhem, stuguthyrning och uthyrningen av semesterbostäder i ekonomiskt vinstsyfte. På grund av coronapandemin minskade efterfrågan på inkvarteringstjänster i Finland till nivån av år 1995, enligt *Statistikcentralen (2021)*. Minskningen skedde både för inhemska och utländska resenärer. Boendesektorn i Finland innefattar 1014 olika inkvarteringsanläggningar i mars 2021 (*Statistikcentralen, 2021*). De största aktörerna inom boendesektorn i Finland är Sokotel Oy med en omsättning på cirka 220 miljoner euro och Scandic Hotels Oy med en omsättning på cirka 196 miljoner euro (*Arbets- och näringsministeriet, 2019*).

En av konkurrenterna till boendesektorn, inom turism, är delningsekonomin och företagen inom den. Förhållningen till delningsekonomin inom boendesektorn är tudelad. Många traditionella aktörer ser företagen som ett hot. De menar att plattformarna skapar ojämn konkurrens, minskar arbetssäkerheten, kringgår skatter och är ett säkerhetshot. På den andra sidan finns startupföretag och resenärer, vilka pekar på förmågan att skapa jobbmöjligheter, billiga priser för boende och förlängningen av turisternas semestertid. Utöver detta finns det en oro över hur dessa nya aktörer kommer att påverka hyresboende i de områden de är aktiva i, och hur lokalbefolkningen kommer att reagera. (*Kuhzady m.fl., 2020*).

Biluthyrningssektorn innehåller olika företag som erbjuder kortvarig uthyrning av olika fordon åt kunder. Många företag har en fysisk plats som fordonen ska hämtas från, men det finns även företag möjliggör tillgången till fordonen från olika platser. Biluthyrningssektorn i Finland hade år 2018 en omsättning på cirka 845 miljoner euro

och sysselsatte 1368 personer (*Autoalan Tiedotuskeskus, 2020*). Hertz är en av de största aktörerna i Finland och hade år 2019 en omsättning på cirka 25 miljoner euro (*Kauppalehti, 2021*).

Delningen av fordon är något som implementerats av flera stora företag inom biluthyrningssektorn (*Schor & Fitzmaurice, 2015*). De delningsekonomiföretag som setts som konkurrenter har i vissa fall blivit uppköpta, såsom Zipcar av biluthyrningsföretaget Avis, och i andra fall har de traditionella aktörerna själv startat verksamhet där fordon delas. Utifrån detta kan man se att förhållandet mellan delningsekonomin och de traditionella aktörerna skiljer sig jämfört med förhållandet inom boendesektorn.

4.2. Redogörelse och analys av den empiriska datan

Det insamlade materialet redogörs för och analyseras i detta delkapitel. Aktörernas svar på enkätens frågor presenteras en fråga åt gången. Svaren på de fritt besvarade frågorna sammanfattas i redogörelsen av materialet. Enkäten besvarades av totalt 19 aktörer, varav 18 hörde till målgrupperna. Vid presentationen av empirin har svaren översatts från finska till svenska. Respondenternas nummer (i vilken ordning de svarade på enkäten) används för att underlätta redogörelsen av svaren och för att vid behov göra skillnad mellan respondenterna.

4.2.1. Bakgrundsinformation om aktörerna: frågorna 1 – 3

Fråga 1: Vilken typ av aktör är ni?

Aktörerna kunde välja mellan hotell, hostell, stuguthyrare, biluthyrare och annat, i vilket fall de skulle berätta vilken typs aktör de är. Av aktörerna, som svarade, var 16 hotell, två var någon annan typs aktör, en aktör var en biluthyrare, och inga aktörer var hostell eller

stuguthyrare. Av de aktörerna som var någon annan typs aktörer, var den första (nummer 6) en chaufför för Uber (hur enkäten har hittat till respondenten är oklart, eftersom respondenten varken hör till boende- eller biluthyrningsbranschen) och den andra (nummer 12) en aktör som erbjuder olika boendemöjligheter, vilka innefattar bostäder, hotell och hotell. Respondent nummer 6 beaktas inte i redogörelsen och analysen, eftersom aktören inte hör till de rätta målgrupperna. Respondenten var en av de som upplevt att delningsekonomi haft en påverkan på företagets verksamhet och skulle vid andra omständigheter bidra med användbar information. Utöver detta kan det påpekas att den största delen av aktörerna var aktiva inom hotellbranschen, vilket leder till att redogörelsen och analysen kan ses som en undersökning av hotellbranschen mer än boendesektorn som en helhet. Den enda aktören inom biluthyrningssektorn ger en bild av hurdan situationen är inom den branschen.

Fråga 2: Vilken storleks företag är ni?

Svarsalternativen för frågan var: stort företag (över 250 anställda), medelstort företag (50–249 anställda), småföretag (under 50 anställda), och mikroföretag (under 5 anställda). Av respondenterna var fem storföretag, tre var medelstora företag, nio var småföretag, och en var ett mikroföretag. Bland aktörerna som var hotell, fanns det fyra storföretag, tre medelstora företag, nio småföretag, och inga mikroföretag. Aktören som hörde till biluthyrningsbranschen var ett mikroföretag. Respondent nummer 12 ett storföretag.

De två första frågornas innehåll, det vill säga antalet aktörer av de olika typerna och hur de fördelas bland de olika storleksklasserna för företag, illustreras i Tabell 2 nedan. De procentuella andelarna relaterade till detta är också beräknade.

Typ av aktör	Hotell	Biluthyrare	Annan	Totalt	Procentuell andel/storleksklass
Antal	16	1	1	18	
Procentuell andel/typ av aktör	89	5,5	5,5	100	
Storföretag	4	0	1	5	28
Medelstort företag	3	0	0	3	16,5
Småföretag	9	0	0	9	50
Mikroföretag	0	1	0	1	5,5

Tabell 2: Matris över fördelningen av de olika typernas aktörer och storleksklasser.

Fråga 3: Vilken position har ni i företaget?

Bland respondenterna fanns det många olika positioner representerade. Detta beror antagligen på att aktörerna var av olika storlekar, i större företag är den verkställande direktören (VD) kanske inte den som besvarar enkäter och andra förfrågningar. De olika positionerna bland respondenterna är sammanfattade i en frekvenstabell i Tabell 3. På grund av att de flesta respondenterna var inom hotellbranschen har de övriga respondenternas positioner i sina respektive företag markerats i frekvenstabellen.

POSITION	FREKVENNS
Hotellchef	5
Företagare	4
Receptionsansvarande	3
Verkställande direktör (VD)	2 (varav 1 var biluthyraren)
Receptionist	1
Hotell	1
Landschef	1 (respondent nummer 12, annan bransch)
Duty manager	1

Tabell 3: Frekvenstabell över respondenternas positioner i företagen.

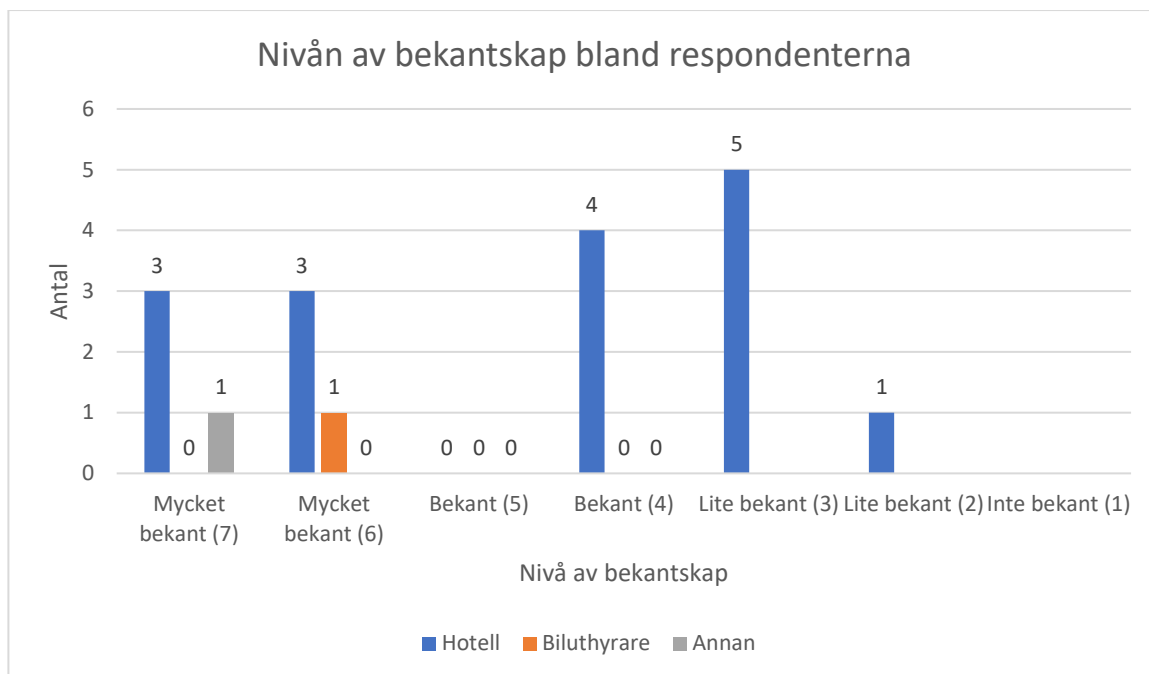
Kunskapen om företaget (och delningsekonomin) är något som antagligen påverkas av vilken position respondenterna har i sina respektive företag. En hotellchef eller en VD har troligen mera kunskap om företagets olika interna strategier och åtgärder, än någon

som jobbar vid receptionen. Detta innebär dock inte att någon som jobbar vid receptionen inte skulle veta vad som händer inom företaget och hur företaget förhåller sig till delningsekonomin.

4.2.2. Fråga 4

Hur bekanta är ni med delningsekonomin och företag (ex. Airbnb och Bloxcar) inom er bransch, som kan klassas som att höra till den? Svara på en skala från 1 (inte bekant alls) till 7 (mycket bekant och mycket insatt i ämnet).

Syftet med denna fråga var att se hur bekanta med delningsekonomin aktörerna var, vilket kan ha en inverkan på hurdana upplevelser de har om delningsekonomin påverkan, det vill säga om de inte är bekanta med den så kan det vara svårt att ta ställning till en möjlig påverkan. Det fanns olika nivåer av bekantskap bland respondenterna. De placerade sig på båda ändorna av skalan som gavs i frågan. Skillnaden mellan respondenterna som hörde till hotellbranschen och de övriga kunde iaktas genom att de övriga var mer bekanta med delningsekonomin än respondenterna inom hotellbranschen. En enkel förklaring är att respondenterna från hotellbranschen är mängdmässigt betydligt större och att det också finns flera olika positioner bland dem. Fördelningen av respondenternas bekantskap med delningsekonomin är illustrerad i Figur 1. Figuren visar både fördelningen mellan de olika typernas aktörer och hurdan den är inom hotellbranschen. Beskrivningen av de olika nivåerna på skalan för bekantskapen finns i delkapitel 3.6.



Figur 1: Nivån av bekantskap bland respondenterna och typerna av aktörer.

4.2.3. Fråga 5

Hurdan påverkan har delningsekonomin eller företagen inom den haft på verksamheten inom ert företag från och med år 2018?

Respondenterna skulle ta ställning till hur delningsekonomin har påverkat olika delar av deras verksamhet. Dessa delar var: företagets ekonomi, företagets marknadsföring och företagets interna strukturer. De skulle bedöma om påverkan varit positiv, negativ eller om det inte skett en påverkan alls. De följande frågorna (6 – 8) handlar mera specifikt om hur påverkan skett och vad de möjligen har gjort för att åtgärda den.

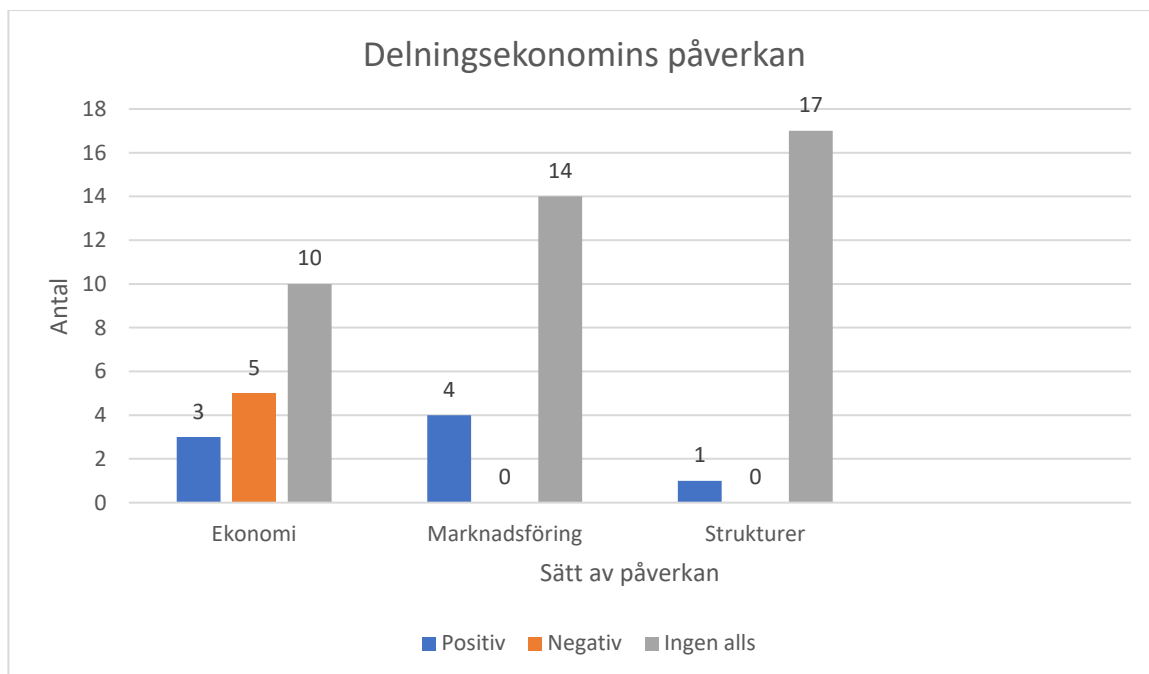
Bland de olika sätten av påverkan fanns det mest variation då det var frågan om en påverkan på företagets ekonomi. Alla tre typerna av påverkan (positiv, negativ, ingen alls) var representerade i respondenternas ställningstaganden. Biluthyrarens ekonomi

hade inte blivit påverkad alls av delningsekonomin, medan respondent nummer 12 ansåg att delningsekonomin haft en positiv påverkan på företagets ekonomi. Av respondenterna inom hotellbranschen hade majoriteten (nio) inte sett en påverkan alls. Fem av respondenterna svarade att företagets ekonomi blivit negativt påverkad av delningsekonomin. De resterande två hade sett en positiv påverkan på företagets ekonomi.

Gällande en påverkan på företagets marknadsföringsåtgärder fanns det ingen respondent som sett en negativ påverkan, utan endast positiv eller ingen påverkan alls. På samma sätt som i den föregående punkten, var respondent nummer 12 av åsikten att delningsekonomin haft en positiv påverkan på företagets marknadsföring, medan biluthyraren inte sett en påverkan alls. Fortsättningsvis, var majoriteten (13) av respondenterna inom hotellbranschen bland dem som inte sett en påverkan alls. De övriga tre respondenterna ansåg att företagets marknadsföring hade påverkats positivt av delningsekonomin.

Gällande de interna strukturerna svarade alla utom en respondent att delningsekonomin inte haft en påverkan alls på företagets interna strukturer. Respondenten som svarade att delningsekonomin haft en positiv påverkan på företagets interna strukturer hörde till hotellbranschen.

En översikt av hur delningsekonomin påverkat de olika delarna av företagets verksamhet finns i Figur 2. Figuren beaktar det totala antalet av varje typ av påverkan på de olika delarna.



Figur 2: Delningsekonomins påverkan på de olika delarna av företagets verksamhet.

Ett mönster man kunde iakttä i svaren var att det fanns totalt tio respondenter som svarade att det inte skett en påverkan på någon av delarna av företagets verksamhet. När man ser på hur bekanta med delningsekonomin dessa respondenter är, finns det variation i nivån av bekantskap. Det finns både sådana som mycket bekanta och sådana som är bekanta med några företag eller litet bekanta. Fastän analysen är fokuserad på det kvalitativa, är det ändå intressant att se om det går att säga något mera om respondenternas svar. Medelvärdet av dessa tio respondenter för nivån av bekantskap är 4,4. Detta visar att det som nämndes ovan om att det finns variation i hur bekanta de är med delningsekonomin. I detta skede kan man sedan tänka på vad orsaken till att dessa respondenter inte kunde se någon påverkan, var det på grund av att de inte var bekanta med delningsekonomin och kunde därför inte ta ställning till en möjlig påverkan eller kom svaret från någon som var mycket bekant och kunde därför tydligt se att delningsekonomin inte hade påverkat företaget? De nästa tre frågorna är fritt besvarade och ger en bättre helhetsbild av respondenternas svar.

När man sedan ser på de åtta respondenterna som sett en påverkan av något slag fanns det också olika nivåer av bekantskap. Bland dessa fanns det tre som var mycket bekanta och mycket insatta i delningsekonomin (nivå 7), men även två som var lite bekanta och kan beskriva vad den går ut på (nivå 3). När man beräknar medelvärdet dessa respondenter får man cirka 5,1. Nivån är alltså aningen högre än bland dem som inte sett en påverkan alls på någon av delarna av företagets verksamhet. Den samma frågan som ställdes ovan kan också ställas här.

Medelvärdena ger en bild av att det kanske inte finns en så stark korrelation mellan nivå av bekantskap och en påverkan av något slag. För undersöka detta har även korrelationen mellan dessa variabler beräknats. Korrelationen har beräknats genom att jämföra alla respondenternas nivå av bekantskap med om det funnits en påverkan eller inte, det vill säga alternativen är en påverkan (positiv eller negativ) eller ingen påverkan alls. För att kunna beräkna korrelationen har en påverkan betecknats av siffran 1 och ingen påverkan alls med siffran 2. Beräkningarna har utförts på Microsoft Excel. När man gör detta får man en korrelationskoefficient på -0,21 (se Tabell 4). Koefficienten är negativ, vilket betyder att när ena variabeln stiger, sjunker den andra. Den är också ganska nära 0, vilket i sin tur betyder att korrelationen är svag mellan variablerna. För de olika sätten av påverkan är korrelationen inte heller stark: ekonomisk (-0,21), marknadsföringsmässig (-0,09) och strukturell (0,10). Dessa har beräknats på samma sätt som den första beräkningen av korrelation. Tidigare nämndes det att storleken på samplet för en kvantitativ analys rekommenderas att vara minst 30, vilket har tagits i beaktande och därför har inga större slutsatser dragits av dessa värden. Det som kan sägas är att nivån av bekantskap antagligen inte bidragit märkbart till att en påverkan identifierats eller vice versa.

Respondent nr.	Bekantskap	Typen av påverkan
1	7	1
2	4	2
3	3	2
4	6	2
5	4	1
7	6	2
8	2	2
9	3	1
10	7	1
11	3	2
12	7	1
13	4	1
14	7	2
15	3	2
16	6	2
17	4	2
18	6	1
19	3	1
Korrelationskoefficient		-0.21

Tabell 4: Exempel på beräkningen av korrelationen mellan nivån av bekantskap och typen av påverkan.

4.2.4. Fråga 6

På basis av svaret på föregående fråga, kan ni beskriva närmare hur denna påverkan har synats?

I denna fråga skulle respondenterna beskriva hur delningsekonomin, praktiskt, har synats i de påverkade delarna av deras verksamhet. Av respondenterna var det tio som inte svarade på frågan eller svarade, men skrev i svaret att de inte kan beskriva närmare eller att det inte fanns en påverkan alls. Av dessa tio var nio sådana respondenter, som i den föregående frågan hade svarat att delningsekonomin inte påverkat deras verksamhet alls. Den tionde var respondent nummer 5, det vill säga respondenten som svarade att delningsekonomin haft en positiv påverkan på alla delar av företagets

verksamhet. Bland de kvarvarande åtta respondenterna fanns det en respondent (nummer 14, hotell) som inte sett någon påverkan alls och som också kunde beskriva varför det var på det sättet. Resten av respondenterna hade sett en påverkan av något slag. Fördelningen bland de som svarade på frågan, var att sju respondenter hörde till hotellbranschen (nummer 1, 9, 10, 13, 14, 18 och 19) och en hörde till en annan bransch (nummer 12).

Den påverkan som Airbnb haft på de olika aktörerna, var något som många av respondenterna nämnde i sina svar på frågan. Respondent nummer 1 nämnde att nu under coronapandemin är Airbnb en konkurrent, eftersom kunder kan hitta boende utan att ha mänsklig kontakt, vilket oundvikligen sker vid hyrning av hotellrum. De nämnde dock att i vanliga tider, har Airbnb inte en så stor påverkan på deras verksamhet, eftersom de har profilerat sig på företagskunder, vilka har egna priser (enligt förhandlade kontrakt). Även respondent nummer 9 nämnde att den negativa påverkan beror på att Airbnb är en konkurrent. Respondenterna nummer 10 och 13 hade också negativa erfarenheter av Airbnb. Respondent nummer 10 svarade att Airbnb är en "vild" aktör, som inte berörs av beskattning eller säkerhetsfaktorer, vilket gör att de kan erbjuda boende mycket förmånligt. Respondent nummer 13 svarade att Airbnb inte spelar med samma regler som hotell, vilket leder till att de kan ha så låga priser och att det i deras område finns hela höghus, vars bostäder används för uthyrning via Airbnb. Respondent nummer 18 nämnde inte specifikt Airbnb, men svarade att vissa av deras företagskunder har bytt till, så kallat "hemboende". Airbnb nämndes även i positiv bemärkelse. Respondent nummer 12, som erbjuder olika alternativ för boende, svarade att då Airbnb blir mer vanligt så blir också alternativa boendeformer på arbets- och semesterresor mer bekanta. Detta ökar på synligheten och efterfrågan av deras utbud. De nämner även att Airbnb inte för många företag är ett alternativ för inkvarteringen av personalen, på grund av riskhanterliga orsaker, men väcker intresset för stora, pålitliga aktörers motsvarande utbud.

Bland de övriga respondenterna svarade respondent nummer 19 att delningsekonomin påverkan varit positiv och att den används av deras klientel. Respondent nummer 19 beskrev sig som ett hotell, men detta svar tyder på att de kanske även har annan verksamhet. Respondent nummer 14 var en av dem som svarade att delningsekonomin inte haft någon påverkan alls. De nämnde att de verkar i en liten stad var det endast finns ett fåtal delningsekonomiföretag, vars påverkan på deras verksamhet varit obetydlig.

De olika typerna av svar och antalet samt på vilket sätt delningsekonomin påverkat företaget är sammanfattade i Tabell 5 nedan. Utifrån svaren har nyckelord samlats för att kunna kategorisera de olika typerna av svar.

Typ av svar	Antal	Positiv/negativ/ingen påverkan	Exempel på svar
Airbnb	5	1/4/0	<i>"För att t.ex. Airbnb är en fullständigt "vild aktör", som inte berörs av säkerhet, beskattning m.m., de kan erbjuda boende mycket förmånligt."</i> (Respondent nummer 10)
Ingen påverkan	1	0/0/1	<i>"Vi är aktiva i en liten stad. Det finns några aktörer inom delningsekonomin i vårt område. Men deras påverkan på oss har varit obetydlig."</i> (Respondent nummer 14)
Coronapandemin	1	0/1/0	<i>"Nu under coronapandemin är Airbnb en direkt konkurrent, eftersom de erbjuder egna bostäder, vilket gör att människokontakter undviks, vilka oundvikligen skulle ske i hotell."</i> (Respondent nummer 1)

Företagskunder	4	2/1/1	<i>"Vissa av våra företagskunder har bytt till s.k. hemboende" (Respondent nummer 18)</i>
Säkerhetsfaktorer	2	1/1/0	<i>"För många företag är Airbnb inte ett alternativ för personalens boende (ex. riskhanterliga orsaker) ..." (Respondent nummer 12)</i>

Tabell 5: Sammanfattning av respondenternas svar.

4.2.5. Fråga 7

Efter detta, tog ni några åtgärder? Har ni ändrat på era handlingssätt på något sätt?

Förutom, de respondenter som svarade på den föregående frågan, svarade även respondent nummer 11 (hotell) på denna fråga. Ett tema för svaren på denna fråga, var att aktörerna inte gjort större förändringar i sina handlingssätt eller tagit åtgärder, som ett resultat av delningsekonomis introduktion. Respondent nummer 9 påpekade att möjliga förändringar görs på kedjenivå, inte på nivån av enskilda hotell. Detta tyder på att inga större förändringar har heller gjorts på kedjenivå. Respondent nummer 10 nämnde också att inga åtgärder har tagits och att de fortfarande betalar sina skatter och bryr sig om sina kunders säkerhet (en fortsättning på svaret i den föregående frågan). Enligt respondent nummer 13 finns det inte mycket ett enskilt företag kan göra, ifall städernas beslutsfattare inte begränsar verksamheten för delningsekonomiföretag (I detta fall Airbnb). Till sist sade ännu respondent nummer 19 att de inte gjort förändringar, eftersom de skiljer sig från Airbnb genom att de erbjuder frukost, och så vidare.

Ett annat tema för svaren var att aktörerna ändrat på sin marknadsföring. Respondent nummer 1 svarade att de inte gjort större förändringar, men att de har lagt ännu mer

fokus på marknadsföringen på sociala medier, via vilka Airbnb/Bloxcar, etc. är bekanta för många. Respondent nummer 12 sade att ett resultat av delningsekonomin var mer aktiv marknadsföring. De strävade efter att göra en klar och tydlig skillnad mellan dem och Airbnb, eftersom den senare har en dålig klang i många husbolag och städer.

Utifrån svaren kunde man även se att flera aktörer hade gjort förändringar i sin verksamhet. Respondent nummer 11 var inte säker på hurdana förändringar som gjorts, men gissade på att mera fokus lagts på stamkundsförmåner. Förutom att ha mer aktiv marknadsföring, svarade respondent nummer 12 att de även hade förlängt minimitiden för inkvarteringsperioden i deras hyresobjekt. Detta gjordes för att undvika de problem och utmaningar som uppkommer vid, för Airbnb typiska, kortvariga uthyrningar. I fallet av respondent nummer 14 hade de bekantat sig med de olika aktörerna och gjort förändringar baserat på detta, till exempel vid planeringen av hotellrum. I praktiken betydde detta att de planerade att i vissa hotellrum ha "minikök". Slutligen svarade respondent nummer 18 att de hade gjort förändringar för att förbättra sin egen verksamhet, till exempel angående frukosten de erbjuder och deras restaurang.

I Tabell 6 nedan har de olika svaren samlats, enligt typen och antalet svar. Exempelsvar för de olika typerna av svar har givits.

Typ av svar	Antal	Exempel på svar
Inga åtgärder	4	<i>"Ett enskilt företag kan inte göra mycket, ifall stadens beslutsfattare inte begränsar verksamheten."</i> (Respondent nummer 13)
Marknadsföringsåtgärder	2	<i>"En mer aktiv marknadsföring än förut. Skapandet av en tydlig skillnad gentemot Airbnb, som har en dålig klang i husbolag och i vissa städer."</i> (Respondent nummer 12)
Stamkundsförmåner	1	<i>"Inte vad jag vet och jag är inte säker, men min gissning skulle vara att man satsat mera på stamkundsförmåner."</i> (Respondent 11)

Förlängning av inkvarteringsperioden	1	<i>"Förlängning av inkvarteringsperiodens minimitid, så att för Airbnb typiska korta stannande med dess utmaningar inte förekommer i våra enskilda bostäder." (Respondent nummer 12)</i>
Praktiska förändringar	2	<i>"Vi har bekantat oss med aktörernas omständigheter och gjort förändringar enligt detta, vilket tagits i beaktande till exempel i planeringen av hotellrum. Detta betyder att vi har i planerna några rum med minikök." (Respondent 14)</i>

Tabell 6: Sammanfattning av åtgärderna som tagits av aktörerna.

4.2.6. Fråga 8

Hurdana var resultaten av de möjliga åtgärderna som togs och handlingssätten som ändrades? Har dessa förändringar blivit en del av verksamheten eller var de endast tillfälliga?

Den sista frågan i enkäten besvarades endast av tre respondenter. Detta kan ha att göra med att de redan i de föregående frågorna ganska långt svarade på frågan. Det fanns inte ett specifikt tema bland de olika svaren, men resultaten av åtgärderna nämndes nog. Respondent nummer 12 svarade: "Vi har lyckats profilera oss bättre. I diskussionerna med husbolagen och städerna har skillnaden varit tydlig och positiv. De (förändringarna) har blivit permanenta". Respondent nummer 14, som nämnde om planeringen av nya hotellrum, svarade att denna förändring ännu var i planeringsskedet, eftersom de nödvändiga investeringarna inte ännu förverkligats. För respondent nummer 18 hade resultaten av åtgärderna bidragit i att företaget lyckats hålla sin egen verksamhet lönsam. Överlag hade de förändringar som gjorts av aktörerna varit lyckade och blivit en del av verksamheten.

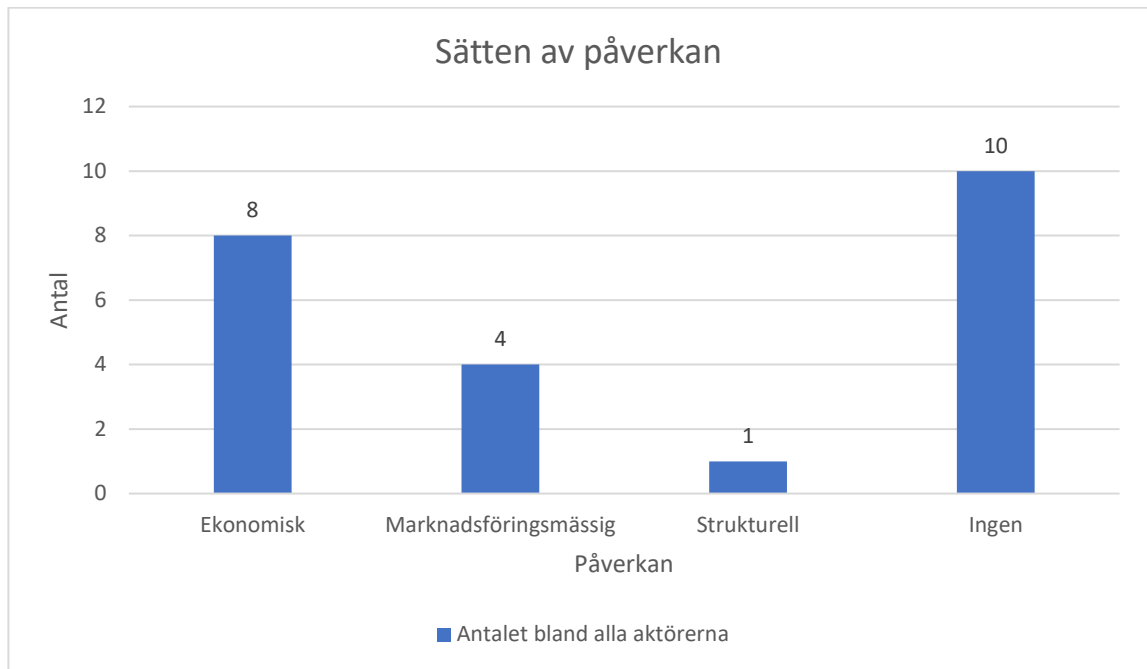
4.3. Sammanfattning av redogörelsen och analysen av den empiriska datan

Enkäten som skickades ut till olika aktörer inom de valda branscherna resulterade i totalt 19 svar, varav 18 kunde användas i analysen. De flesta som svarade på enkäten var aktiva inom hotellbranschen, men det fanns även en respondent inom biluthyrningsbranschen och en i en annan bransch. Storleken på företagen varierade också lite, det fanns mest småföretag och storföretag. Frågan om respondenternas position inom sina företag gynnade också olika svar. Som sagt, var hotellbranschen starkt representerad bland svaren, vilket ledde till att många respondenter hade positioner som var specifika för den branschen. Bland respondenterna fanns det allt från verkställande direktörer till receptionister. Efter dessa grundläggande frågor, var det dags att ställa frågor om själva ämnet, delningsekonomin. Nivån av bekantskap med delningsekonomin varierade en del. Det fanns respondenter som var mycket bekanta och insatta i ämnet, medan andra respondenter nog hade hört om delningsekonomin, men visste inte så mycket om den. Detta kunde sedan jämföras både med positionen i företaget och med den följande frågan, som handlade om hur delningsekonomin har påverkat olika delar av företagets verksamhet. Ett samband mellan nivån av bekantskap och kunskap om delningsekonomin påverkan kunde inte tydligt bevitnas. Över hälften av respondenterna svarade att delningsekonomin inte hade påverkat företagets verksamhet alls och, antagligen, av denna orsak svarade inte på de resterande öppna frågorna. Detta är förståeligt, men att de skulle ha kunnat lite förklara varför det var så, skulle ha varit intressant att veta. Frågeställningen skulle möjligen också ha kunnat vara tydligare och gjort det klart att även om ingen påverkan skett så skulle de svara någonting. Enligt respondenterna som svarade på frågorna, hade delningsekonomin haft både negativa och positiva effekter på företagen. Det fanns mera sådana respondenter som hade sett en negativ påverkan, vilket var förväntat, men också en del som hade sett en positiv påverkan. Airbnb spelade en stor roll i hur den negativa påverkan syntes i företagets verksamhet. Flera respondenter pratade om att Airbnb är en konkurrent och hur dess handlingssätt skiljer sig från deras. Coronapandemin hade också påverkat företagets verksamhet, vilket nämndes av vissa respondenter. Angående möjliga

förändringar i verksamheten som resultat av delningsekonomin, fanns det vissa som hade blivit mer aktiva i sin marknadsföring och gjort praktiska förändringar, medan andra inte hade gjort några förändringar alls. Delningsekonomin hade resulterat i vissa förändringar, men de flesta var relativt småskaliga och inga större, drastiska förändringar eller åtgärder hade gjorts. De som gjorde förändringar planerade att också i fortsättningen hålla fast vid dem, det vill säga att förändringarna inte var tillfälliga.

Helhetsbilden av det insamlade empiriska materialet var att delningsekonomin haft en påverkan på traditionella aktörer och att denna syns på olika sätt. Påverkan var dock inte särskilt stor som en helhet, vilket kan ha med delningsekonomin storlek i Finland eller med skillnader i geografiska områden att göra. Det finns inte heller mycket annat tidigare empiriskt material om delningsekonomin i Finland. För fem år sedan var hotellföretagare oroliga över regleringarna kring delningsekonomin (inte de samma som för hotellbranschen) och hur delningsekonomin konkurrerar med dem (*Koivisto, 2016*). Båda sakerna togs upp av respondenterna, i det empiriska materialet. Detta tyder på att hotellbranschen varit medveten om delningsekonomin existens redan för fem år sedan. Dock är fem år en så lång tid att nya regleringar hinner implementeras, vilket kan ha minskat på oroligheten bland hotellföretagarna.

En annan sak som måste beaktas är att respondenterna inte nödvändigtvis visste tillräckligt om delningsekonomin och om vissa förändringar gjorts på grund av den. På samma sätt är det fullt möjligt att delningsekonomin inte, helt enkelt, haft någon stor påverkan på traditionella aktörer. Att exakt kunna säga vad som är bakom en förändring inom ett företag, är inte heller så lätt och ofta finns det flera olika faktorer som spelar en roll i beslutet att förändra på något i företagets verksamhet. Detta är en tolkning av delningsekonomin ställning i Finland och det kommer att vara intressant att se hur den utvecklas i framtiden. Det totala antalet aktörer som sett en påverkan på de olika delarna av företagets verksamhet är sammanfattade i Figur 3 nedan. De som inte sett en påverkan alls är beaktade skilt.



Figur 3: De totala antalen av aktörer som sett en påverkan på företagets olika delar.

5. Analys

I detta kapitel knyts teorin kring delningsekonomin och analysresultaten från det empiriska materialet ihop. Båda dessa jämförs med varandra och diskuteras kritiskt.

Den teoretiska översikten som gjordes i kapitel 2 handlade mycket om delningsekonomin och dess egenskaper samt styrkor och svagheter. Detta ledde till olika slutsatser om hur mycket delningsekonomin verkligen kan påverka de branscher den blir introducerad till. Det finns flera exempel på delningsekonomiföretag som blivit märkbara aktörer i sina respektive branscher. På basis av delningsekonominns egenskaper kunde man se att det fanns olika sätt som en möjlig påverkan kunde ske på. Mer specifikt, vilka delar av företagets verksamhet som möjligen kunde påverkas av delningsekonomin. Efter litteraturgenomgången valdes tre olika potentiella sätt som delningsekonomin kunde påverka traditionella aktörer: ekonomisk påverkan, marknadsföringsmässig påverkan, och strukturell påverkan. Dessa låg i grunden för den empiriska undersökningen.

I det föregående kapitlet, kapitel 4, redogjordes och analyserades det empiriska materialet som insamlats genom enkäten. De tre sätten av påverkan var en viktig del av den och hade som uppgift att hjälpa respondenterna med att identifiera en möjlig påverkan av delningsekonomin. Många av respondenterna svarade att de inte sett en påverkan, men det fanns även ett antal respondenter som sett en påverkan och kunde beskriva den närmare. Dessa beskrivningar fanns som svar i de öppna frågorna i enkäten. I dessa svar, tog respondenterna även upp andra aspekter av delningsekonomin, som behandlats i teorikapitlet. Vissa av dessa aspekter är viktiga, men passar inte direkt in med syftet och forskningsfrågorna i denna avhandling.

När man sedan jämför litteraturen med det empiriska materialet, ser man att det finns både likheter och olikheter. Mycket av det som togs upp i teoridelen, syns även i det insamlade materialet och vice versa. Syftet med litteraturen var att skapa en grund för

enkäten genom att gå igenom delningsekonominns egenskaper och via dem kunna identifiera de sätten som delningsekonomin har haft och kan ha en påverkan på traditionella aktörer. Utöver detta var det även viktigt att göra det tydligt hur båda dessa typers företag skiljer sig från varandra, det vill säga varför det är intressant att undersöka detta vidare. På grund av detta, syns inte vissa delar av teorin så tydligt i enkäten, men dessa delar kommer upp i svaren från aktörerna.

Likheterna mellan teorin och empirin syns i de sätten som identifierats som potentiella sätt av påverkan. Av respondenterna var det många som hade sett en påverkan på en eller flera av de sätten som använts i enkäten. Att delningsekonomin kunde ha en ekonomisk påverkan var något som härstammade från att det finns flera stora delningsekonomiföretag som blivit ledande aktörer i sina respektive branscher och på så sätt hade haft en negativ inverkan på de redan existerade företagen (se delkapitel 2.5). Detta hade inte varit fallet för någon av respondenternas företag, men en ekonomisk påverkan av något slag hade inträffat. Att någon av respondenterna skulle ha svarat att delningsekonomin hade haft massiv påverkan på deras ekonomiska ställning, var inte något som förväntades av svaren på enkäten. En ekonomisk påverkan är också en relativt bred kategori som kan tolkas på olika sätt, vilket kan ha gjort att den nämndes av flera respondenter och att den även syns i litteraturen. Att det skett en markandsföringsmässig eller strukturell påverkan, var inte lika vanligt bland respondenterna. Dessa sätt är möjligen inte lika lätta att identifiera då de även har, på vissa sätt, med företagets ekonomi att göra. Trots detta fanns det bland svaren tecken på att delningsekonomin påverkat företagets verksamhet på dessa sätt.

Samtidigt som de identifierade sätten kan ses som likheter mellan det teoretiska och det empiriska materialet, kan man även se vissa olikheter. Faktumet att det bland respondenterna fanns ett antal som svarade att delningsekonomin inte haft en påverkan alls, kan tolkas som att teorin inte alltid passar ihop med verkligheten. Självklart, finns det många olika orsaker till detta, vilka redan diskuterades i det föregående kapitlet. Man

kan tänka på att om de olika sätten av påverkan och frågorna som användes i enkäten var de rätta eller om svaren oberoende skulle ha varit de samma. Detta leder till en av slutsatserna av empirin, har delningsekonomin verkligen potentialen att påverka olika företag eller är den inte ännu tillräckligt stor i Finland för att ha en tydlig påverkan. Det finns argument för båda slutsatserna. Baserat på empirin ligger svaret någonstans mellan dessa påståenden, det vill säga att delningsekonomin inte haft en märkbar påverkan på traditionella aktörer, men att det nog finns tecken på att den i framtiden kan ha en större påverkan.

I litteraturen diskuterades även kritiken mot delningsekonomin, i synnerhet angående lagliga aspekter av den (se delkapitel 2.6.). Detta var något som togs upp av vissa respondenter i kontexten av hotellbranschen (vilken majoriteten av respondenterna hörde till) och Airbnb. Att i enkäten inkludera en fråga om detta skulle ha kunnat vara användbart. Detta är inte nödvändigtvis en skillnad mellan teorin och empirin, utan mera en skillnad mellan teorin och enkäten. Om avhandlingen skulle ha haft ett annat syfte, skulle detta ha kunnat undersökas vidare.

Man kan dra olika slutsatser av litteraturen och dess lämplighet med det insamlade empiriska materialet. En slutsats som kan dras är att många av de aspekter som behandlades även kunde användas i uppbyggandet av enkäten och uppkom sedan i respondenternas svar. Detta är viktigt, eftersom syftet med teorin var precis detta. En annan slutsats som kan dras är att det verkar som att mycket av det som fanns i litteraturen inte ännu syns i delningsekonomin i Finland. Många respondenter nämnde flera saker som togs upp i litteraturen och var mycket bekanta med delningsekonomin, medan andra inte var så bekanta med den och kunde inte berätta så mycket om dess påverkan. En tolkning är att delningsekonomin inte ännu har fullt etablerat sig i Finland, men att den antagligen under de kommande åren kommer att växa och bli mer synlig.

Då det kommer till det empiriska materialet, kan man även dra några slutsatser. Inget av det som kunde ses i empirin var obekant, på grund av det mesta behandlats i teorin. Synen på delningsekonomin ändrades inte som resultat av svaren på enkäten. Den största slutsatsen som kan dras från empirin är att delningsekonomin inte ännu har haft en så stor påverkan på traditionella aktörer och branscher i Finland. Fastän mängden svar på enkäten inte var så stor, verkar det som att delningsekonomin inte påverkat traditionella aktörer så mycket. Slutligen kan man se av empirin att det orsakar att i fortsättningen också undersöka delningsekonomin i Finland ur olika synvinklar. Till exempel om fem år kan delningsekonomin ha en mycket starkare ställning i Finland och då kan det vara intressant att se hurdan påverkan den då har haft på olika branscher.

6. Diskussion och sammanfattning

6.1. Svar på syfte och forskningsfrågor

Syftet i denna avhandling var att undersöka om delningsekonomin har påverkat de traditionella aktörerna inom olika branscher och om denna påverkan har lett till att de traditionella aktörerna gjort förändringar i sin verksamhet samt hur de i framtiden kan förbättra sin verksamhet på basis av det de lärt sig av delningsekonomin.

För att se om denna avhandlings syfte har uppnåtts, kan man se på det insamlade empiriska materialet. Efter analysen av empirin kunde man se att en del traditionella aktörer har blivit påverkade av delningsekonomin och att de även har gjort förändringar i sin verksamhet. Dessa förändringar och åtgärder de gjort är bra sätt att förbättra deras verksamhet i framtiden. Nedan följer svaren på avhandlingens forskningsfrågor, vilka bidrar till att besvara syftet. Den normativa forskningsfrågan besvaras skilt i delkapitel 6.2.

Den första teoretiska forskningsfrågan var: *Hurdana affärsmodeller är kännetecknande för delningsekonomiföretagen?*

Delningsekonomin kännetecknas av affärsmodeller som innefattar kortvarig uthyrning av olika resurser mellan användare. Delningsekonomiföretagen har ofta en plattform, som fungerar som ett ställe för användarna att mötas och utföra transaktionerna. Grunden i delningsekonomin utgörs av företag med affärsmodellen C2C, men det finns även företag som har affärsmodellen B2C som kan klassas att höra till delningsekonomin. Dessa företag uppfyller ofta flera av delningsekonominns kännetecken, men har ofta även mer traditionella handlingsätt, såsom att resurserna ägs av företaget. Var gränsen går mellan delningsekonomi- och traditionella företag kan diskuteras. Det finns inte en viss mängd av kännetecken för delningsekonomin, som leder till att ett företag kan höra till delningsekonomin. Det finns alltså olika affärsmodeller inom delningsekonomin, men

grunden utgörs av företag som inte äger de uthyrda resurserna, utan endast gör det möjligt för användarna att vara i kontakt med varandra och smidigt utföra transaktionerna.

Den andra teoretiska forskningsfrågan var: *Vilka för- och nackdelar har delningsekonomin för användarna?*

Fördelen av delningsekonomin för användarna är att de kan hyra ut sina resurser, som inte är fullt utnyttjade till andra användare. För många är även frågor om hållbarhet viktiga, vilket är något som förespråkas av delningsekonomin och som i många fall uppfylls. Priset på användningen av resurserna är också konkurrenskraftigt. På plattformarna får användarna själv sätta priserna, vilket kan leda till att det ofta finns många billigare alternativ jämfört med utbudet från traditionella aktörer. Till sist handlar det i delningsekonomin om uthyrning, inte ägarskap. Genom detta slipper användarna allt det negativa som är associerat med ägarskap.

En nackdel med delningsekonomin för användarna är att det inte alltid går att hitta det man letar efter. Delningsekonomin är ofta centrerad kring urbana områden, vilket leder till att i andra områden kan utbudet vara mycket begränsat. I sådana fall där företaget äger resurserna är priset ofta fastslaget och inte lika konkurrenskraftigt. Användarnas rättigheter inom delningsekonomin är något som fått kritik och det kan vara svårare att bli kompenserad (ex. ekonomiskt) vid en dispyt. Lyckligtvis har många delningsekonomiföretag sätt att förhindra att det uppstår problem mellan användare.

Den första empiriska forskningsfrågan var: *Hurdan påverkan på traditionella aktörers handlingssätt har delningsekonomiföretagen haft?*

Utifrån empirin kunde man se att delningsekonomin har påverkat vissa traditionella aktörer, men att denna påverkan inte varit så stor. Det var många aktörer som inte alls

blivit påverkade av delningsekonomin. Påverkan hade varit både positiv och negativ på aktörerna. De tre sätten av påverkan som användes i enkäten (ekonomisk, marknadsföringsmässig och strukturell) syntes i empirin. I vissa fall det en kombination av alla dessa, eftersom de är sammankopplade med varandra. I empirin nämndes även andra sätt av påverkan, som aktörerna hade identifierat. Aktörerna hade inte gjort några större förändringar i deras handlingsätt, men vissa hade tagit olika åtgärder som ett resultat av delningsekonomin. Helhetsbilden var att delningsekonomin inte i alla fall ännu påverkat de traditionella aktörerna i Finland relativt mycket, men att det finns tecken på att den kommer att fortsätta växa i framtiden och kanske ha en större inverkan.

Den andra empiriska forskningsfrågan var: *Finns det ett samband mellan hur bekanta aktörerna är med delningsekonomin och om de blivit påverkade av delningsekonomin?*

Denna fråga var gjord för att se på om bekantskapen med delningsekonomin påverkade aktörernas kunskap om en möjlig påverkan. Om en aktör inte vet mycket om delningsekonomin, kan det även vara svårt att veta om det skett en påverkan. Empirin visade att det finns vissa tecken på att en högre nivå av bekantskap korrelerade med att det skett en påverkan och att respondenten kunde berätta om den. Detta är förstås en tolkning, eftersom det är fullt möjligt att de aktörer som inte blivit påverkade av delningsekonomin visste att det var så. Enkätens uppbyggnad kan också vara en orsak till att de flesta som inte sett en påverkan inte heller kunde berätta mera om det. Antagligen borde det tydligare ha stått att respondenterna gärna får berätta mera om företagets situation. Hursomhelst, visade empirin att majoriteten av de som svarade på följdfrågorna om hur påverkan skett även var mycket bekanta och insatta i ämnet, det vill säga delningsekonomin.

6.2. Råd till företagsledningen

Den normativa forskningsfrågan var: *Hur kan de traditionella aktörerna i framtiden förbättra sin verksamhet med hjälp av delningsekonomin?*

Denna fråga fungerar som en reflektion över vad de traditionella aktörerna redan har gjort och vad de kan tänkas göra i framtiden för att utveckla sin verksamhet. Förbättringarna kan göras med tanke på delningsekonomin, men även i syftet att, helt enkelt, allmänt förbättra verksamheten. Empirin visade att vissa traditionella aktörer redan gjort förändringar för att förbättra sin verksamhet. Orsaken till dessa förändringar kan också tänkas vara delningsekonomin eller företagen inom den. Det kan också påpekas att det i empirin fanns vissa aktörer som antagligen inte skulle vilja förbättra sin verksamhet på basis av delningsekonomin. Frågan är inte menad att säga att delningsekonomin är ett bättre ekonomiskt system, utan mera för att se om traditionella aktörer skulle kunna se på sin egen verksamhet och möjligen förbättra den med hjälp av någon aspekt av delningsekonomin. Vissa av dessa aspekter är redan i bruk hos företag och är inte unika för delningsekonomin. Utgående från teorin finns det saker som traditionella aktörer skulle kunna implementera, vilka skulle tillägga en ny dimension i deras verksamhet. Ifall, till exempel ett hotell skulle ge möjligheten åt kunder att erbjuda sina bostäder åt andra kunder, skulle det vara en mycket stor förändring.

Angående vad traditionella aktörer ska eller kan göra, är det inget specifikt. Att ta ett steg mot delningsekonomin, så att säga, kan vara en lösning för ett företag som behöver något nytt i sin verksamhet. Samtidigt kommer de då att konkurrera med delningsekonomin på ett nytt plan. Mindre praktiska saker, som nämndes i empirin, kan vara bra att implementera. Till dessa hör att satsa mera på företagets marknadsföringsåtgärder, att erbjuda flera och bättre förmåner åt stamkunder, att förlänga inkvarteringstiderna för kunder, och att investera i förbättringen av hotellrum. Dessa är i många fall saker som inte hör enbart till delningsekonomin, utan hör allmänt till olika branscher. Det finns inte några implementeringar som de traditionella aktörerna

direkt borde göra, i syftet att stärka sin ställning gentemot delningsekonomin. De sakerna som nämndes ovan, som härstammade från det empiriska materialet, kan ses smarta förbättringar från en allmän synpunkt.

6.3. Förslag till fortsatt forskning

Delningsekonomin i Finland är något som inte ännu har forskats i så mycket. I synnerhet i framtiden när delningsekonomin möjligen blivit större, finns det mycket man kan forska i. Gärna skulle det som undersökts i denna avhandling kunna undersökas vidare, eftersom det många andra branscher som inte inkluderades i undersökningen. Även en mer omfattande enkät skulle kunna bidra till en bättre förståelse om delningsekonomin påverkan på olika branscher. Genom att ha mera resurser och att göra en bredare undersökning skulle kunna gynna intressanta resultat.

Det är svårt att för tillfället veta hur delningsekonomin kommer se ut om fem eller tio år. Om den fortsätter att växa så som den vuxit hittills, kommer den att få mer akademisk uppmärksamhet än vad den får nu. Ett område som delningsekonomin kan forskas mera i är dess hållbarhet. Ifall hållbarheten hos företag fortsättningsvis diskuteras lika mycket i framtiden, kommer också delningsekonomiföretag att vara med i den diskussionen. Det har forskats i delningsekonomin hållbarhetsaspekter, men inte specifikt i kontexten av Finland.

Även hur lagstiftningen kring delningsekonomin utvecklas, är något som skulle vara intressant att forska mera i. Vissa respondenter i enkäten nämnde att, till exempel Airbnb inte följer samma regler som dem, vilket är något som antagligen måste tas upp då man reglerar olika branscher och stiftar nya lagar.

Till sist skulle det kunna vara nyttigt att se på traditionella aktörer, som utvidgar sin verksamhet så att den innefattar tjänster som förknippas med delningsekonomin. Detta relaterar till diskussionen i teorin om hur de båda typernas företag närmar sig varandra och hur man sedan ska se på dem. Att se om dessa företag kan ses som en skild typ av företag, en blandning av traditionella företag och delningsekonomiföretag.

6.4. Kritisk återblick

Man kan reflektera över detta arbete och tänka på vad som skulle göras annorlunda om jag utförde arbetet på nytt. Ämnesvalet är något som jag inte skulle ändra på. Delningsekonomin är ett intressant ämne och det finns tillräckligt med litteratur om den, för att få en bra uppfattning om vad den handlar om. Teorin ger en mångsidig bild om delningsekonominns olika aspekter. Inriktningen är något som jag möjligen skulle kunna ändra på. Eventuellt skulle den kunnat vara mer specifik, till exempel endast fokusera på hotellbranschen, eftersom Airbnb är det största delningsekonomiföretaget i Finland och svaren på enkäten också främst kom från aktörer i den branschen. Detta leder till metoden som valdes för insamlingen av data. För att kunna uppnå syftet i denna avhandling, var en enkät det mest ändamålsenliga sättet att samla in data. Ifall syftet skulle ha varit annorlunda, skulle en annan metod kunnat användas. Enkäten innehöll också öppna frågor, vilket gjorde att analysen kunde göras kvalitativt. Detta kompenserade för att enkäten resulterade i endast 18 svar som kunde användas. Om avhandlingens syfte skulle ändras, skulle man kunna utföra intervjuer istället och möjligen kunna få mera ut av det empiriska materialet. Jag valde en enkät som metod, medveten om riskerna med användningen av dem. Om arbetet skulle utföras på nytt med samma inriktning och syfte, finns det inte en bättre metod, enligt mig. Själva enkäten skulle möjligen kunna göras bättre. Om den skulle göras på nytt, skulle det göras tydligare för respondenterna att de ska svara på alla frågorna. Detta förblev oklart, vilket ledde till att enkätens svar inte fullt kunde utnyttjas. Skickandet av enkäten och det

medföljande följebrevet håller jag fast vid att gjordes bra. Det fanns inte ett bättre sätt än e-post för att kunna nå så många aktörer så smidigt och på samma gång. Följebrevet var tydligt och uttryckte klart varför aktören kontaktades. Trots allt detta, var villigheten att svara på enkäten inte så hög. Detta kan förklaras genom att aktörerna helt enkelt inte hade tid att svara på en enkät (som tar 5 minuter) från en okänd person eller så var de bara inte intresserade i att delta i undersökningen. Å andra sidan är coronapandemin fortfarande på gång och, till exempel övernattningsarna på hotell hade sjunkit kraftigt, vilket kan tänkas leda till att det finns mera tid över. Detta är självklart spekulation och jag är tacksam över alla de aktörer som orkade svara på enkäten och på så sätt bidrog till denna avhandling. Det är svårt att säga om dessa möjliga ändringar skulle gynna andra resultat. Avslutningsvis, kan man säga att undersökningen som helhet gick bra, men vid en chans att utföra den på nytt, skulle den kunna utföras bättre och möjligen få mer omfattande resultat.

Källförteckning

Acquier, A., Daudigeos, T., & Pinkse, J. (2017). Promises and paradoxes of the sharing economy: An organizing framework. *Technological Forecasting and Social Change*, 125, 1-10.

Altinay, L., & Taheri, B. (2019). Emerging themes and theories in the sharing economy: a critical note for hospitality and tourism. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.

Arbets- och näringsministeriet (2019). Branschrapporter – Turism. Url: https://julkaisut.valtioneuvosto.fi/bitstream/handle/10024/161292/TEM_3_2019_Matkailun_toimialaraportti.pdf (hämtad 12.5.2021)

Arbets- och näringsministeriet (2021). Inkvarterings- och förplägnadsverksamhet. Url: <https://tem.fi/sv/inkvarterings-och-forplagnadsverksamhet> (hämtad 9.4.2021)

Autoalan Tiedotuskeskus (2020). Autoalan liikevaihtotilastot. Url: https://www.aut.fi/tilastot/toimialatilastoja/autoalan_liikevaihtotilastot?sort_column=5&sort_direction=1 (hämtad 12.5.2021)

Bell, E., Bryman, A. (2015). Business research methods. *Oxford University press*.

Benjaafar, S., & Hu, M. (2020). Operations management in the age of the sharing economy: what is old and what is new? *Manufacturing & Service Operations Management*, 22(1), 93-101.

Benjaafar, S., Kong, G., Li, X., & Courcoubetis, C. (2019). Peer-to-peer product sharing: Implications for ownership, usage, and social welfare in the sharing economy. *Management Science*, 65(2), 477-493.

Berger, S. (2018). Airbnb to start building homes for more communal living as soon as 2019. *CNBC*. Url: <https://www.cnbc.com/2018/11/30/airbnb-will-start-building-homes-as-soon-as-2019.html#:~:text=Airbnb%20to%20start%20building%20homes%20for%20more%20communa>

[!%20living%20as%20soon%20as%202019,-
Published%20Fri%2C%20Nov&text=Airbnb%20has%20already%20changed%20the,announced
%20the%20project%20on%20Thursday.](#) (hämtad 24.3.2021)

Böcker, L., & Meelen, T. (2017). Sharing for people, planet or profit? Analysing motivations for intended sharing economy participation. *Environmental Innovation and Societal Transitions*, 23, 28-39.

Chakravarthi, N., Papatla, P., Jiang, B., Kopalle, P. K., Messinger, P. R. & Moorthy, S. (2018). "Sharing Economy: Review of Current Research and Future Directions," *Customer Needs and Solutions*, 5 (1/2), 93–106.

Ciulli, F., & Kolk, A. (2019). Incumbents and business model innovation for the sharing economy: Implications for sustainability. *Journal of cleaner production*, 214, 995-1010.

Codagnone, C., & Martens, B. (2016). Scoping the sharing economy: Origins, definitions, impact and regulatory issues. *Cristiano Codagnone and Bertin Martens (2016). Scoping the Sharing Economy: Origins, Definitions, Impact and Regulatory Issues. Institute for Prospective Technological Studies Digital Economy Working Paper, 1.*

Constantiou, I., Marton, A., & Tuunainen, V. K. (2017). Four models of sharing economy platforms. *MIS Quarterly Executive*, 16(4).

Curtis, S. K., & Mont, O. (2020). Sharing economy business models for sustainability. *Journal of Cleaner Production*, 121519.

Dawson, C. (2002). *Practical research methods: A user-friendly guide to mastering research techniques and projects*. How to Books.

Delice, A. (2010). The Sampling Issues in Quantitative Research. *Educational Sciences: Theory and Practice*, 10(4), 2001–2018.

Eckhardt, G. M., Houston, M. B., Jiang, B., Lamberton, C., Rindfleisch, A., & Zervas, G. (2019). Marketing in the sharing economy. *Journal of Marketing*, 83(5), 5-27.

Frenken, K., & Schor, J. (2019). Putting the sharing economy into perspective. In *A research agenda for sustainable consumption governance*. Edward Elgar Publishing.

Geissinger, A., Laurell, C., Öberg, C., & Sandström, C. (2019). How sustainable is the sharing economy? On the sustainability connotations of sharing economy platforms. *Journal of Cleaner Production*, 206, 419-429.

Guthrie, G. (2010). Questionnaires. In *Basic research methods: An entry to social science research* (pp. 129-138). SAGE Publications India Pvt Ltd.

Hamari, J., Sjöklint, M., & Ukkonen, A. (2016). The sharing economy: Why people participate in collaborative consumption. *Journal of the association for information science and technology*, 67(9), 2047-2059.

Kauppalehti (2021). First Rent A Car Finland Oy Ab, Yritys- ja taloustiedot. Url: <https://www.kauppalehti.fi/yritykset/yritys/first+rent+a+car+finland+oy+ab/07447112> (hämtad 12.5.2021).

Koivisto, M. (2016). Airbnb växer i Helsingfors – motsvarar en fjärdedel av hotellkapaciteten. *Yle*. Url: <https://svenska.yle.fi/artikel/2016/03/10/airbnb-vaxer-i-helsingfors-motsvarar-en-fjardedel-av-hotellkapaciteten> (hämtad 14.5.2021)

Kong, Y., Wang, Y., Hajli, S., & Featherman, M. (2020). In sharing economy we trust: Examining the effect of social and technical enablers on millennials' trust in sharing commerce. *Computers in Human Behavior*, 108, 105993.

Kuhzady, S., Seyfi, S., & Béal, L. (2020). Peer-to-peer (P2P) accommodation in the sharing economy: a review. *Current Issues in Tourism*, 1–16.

Kuukkanen, T. (2019). Kohutut sähköiset potkulaudat tulivat nyt Ruotsista Suomeen – eivätkä ne jää ainoiksi: huhtikuussa pääset laudalla myös idästä Kallioon vaikka terassille. *Yle*. Url: <https://yle.fi/uutiset/3-10696404> (hämtad 20.3.2021)

Lee, M. K., Kusbit, D., Metsky, E., & Dabbish, L. (2015, April). Working with machines: The impact of algorithmic and data-driven management on human workers. In *Proceedings of the 33rd annual ACM conference on human factors in computing systems* (pp. 1603-1612).

Massa, L., Tucci, C. L., & Afuah, A. (2017). A critical assessment of business model research. *Academy of Management Annals*, 11(1), 73–104.

Nadeem, W., Juntunen, M., Hajli, N., & Tajvidi, M. (2019). The role of ethical perceptions in consumers' participation and value co-creation on sharing economy platforms. *Journal of Business Ethics*, 1–21.

Nylund, M. (2019). Delningsekonomi i Norden. *Agenda*. Url: <https://www.agenda.fi/Rapport/delningsekonomi-i-norden/> (hämtad 18.3.2021)

Parente, R. C., Geleilate, J. M. G., & Rong, K. (2018). The sharing economy globalization phenomenon: A research agenda. *Journal of International Management*, 24(1), 52-64.

Pawlicz, A. (2019). Pros and cons of sharing economy regulation. Implications for sustainable city logistics. *Transportation Research Procedia*, 39, 398-404.

Perren, R. & Kozinets, R. V. (2018), Lateral Exchange Markets: How Social Platforms Operate in a Networked Economy, *Journal of Marketing*, 82 (1), 20–36.

Pesu, I. (2021). Hertz luopuu yhteiskäyttöautoista Suomessa – yhteiskäytön läpimurto voi kuitenkin olla jo lähellä, sanoo professori, *Yle*. Url: <https://yle.fi/uutiset/3-11818091> (hämtad 18.3.2021)

Ritter, M., & Schanz, H. (2019). The sharing economy: A comprehensive business model framework. *Journal of cleaner production*, 213, 320-331.

Robinson, D. (2019). Sharing economy companies list: From Airbnb and Uber to Omni and Hubble, 15 companies disrupting their industries. *NS Business*. Url: <https://www.ns-businesshub.com/technology/sharing-economy-companies-list/> (hämtad 18.3.2021)

Räisänen, J., Ojala, A., & Tuovinen, T. (2020). Building Trust in the Sharing Economy: Current Approaches and Future Considerations. *Journal of Cleaner Production*, 123724.

Sarolahti, M. (2020). Kaupunkipyöräpalvelu laajenemassa lähes koko Helsinkiin. *Yle*. Url: <https://yle.fi/uutiset/3-11656889> (hämtad 20.3.2021)

Schor, J. B., & Fitzmaurice, C. J. (2015). Collaborating and connecting: the emergence of the sharing economy. In *Handbook of research on sustainable consumption*. Edward Elgar Publishing.

Standing, C., Standing, S., & Biermann, S. (2019). The implications of the sharing economy for transport. *Transport Reviews*, 39(2), 226–242.

Statistikcentralen (2021). Url: https://www.tilastokeskus.fi/tup/suoluk/index_sv.html (hämtad 15.3.2021)

Statistikcentralen (2021). Coronakrisen minskade efterfrågan på inkvarteringstjänster till 1990-talets nivå. Url: https://www.stat.fi/til/matk/2020/matk_2020_2021-04-08_tie_001_sv.html (hämtad 9.4.2021)

Statista (2020). Value of the global sharing economy 2014-2025. Url: <https://www.statista.com/statistics/830986/value-of-the-global-sharing-economy/> (hämtad 18.3.2021)

Sutherland, W., & Jarrahi, M. H. (2018). The sharing economy and digital platforms: A review and research agenda. *International Journal of Information Management*, 43, 328-341.

Tarver, E. (2020). Customer to Customer (C2C), *Investopedia*. Url: <https://www.investopedia.com/terms/c/ctoc.asp#:~:text=C2C%20represents%20a%20market%20environment,technology%20and%20the%20sharing%20economy>. (hämtad 18.3.2021)

Uber (2021). Url: <https://www.uber.com/ee/en/> (hämtad 17.3.2021)

United Nations (2020). Frontier Technology Quarterly: Does the sharing economy share or concentrate? Url: <https://www.un.org/development/desa/dpad/publication/frontier-technology-quarterly-does-the-sharing-economy-share-or-concentrate/> (hämtad 20.3.2021)

Vith, S., Oberg, A., Höllerer, M. A., & Meyer, R. E. (2019). Envisioning the 'sharing city': Governance strategies for the sharing economy. *Journal of Business Ethics*, 159(4), 1023-1046.

Walliman, N. (2017). *Research methods: The basics*. Routledge.

Williams, C. (2007). Research methods. *Journal of Business & Economics Research (JBER)*, 5(3).

Wirtz, J., So, K. K. F., Mody, M. A., Liu, S. Q., & Chun, H. H. (2019). Platforms in the peer-to-peer sharing economy. *Journal of Service Management*.

Wruk, D., Oberg, A., Klutt, J., & Maurer, I. (2019). The presentation of self as good and right: How value propositions and business model features are linked in the sharing economy. *Journal of Business Ethics*, 159(4), 997-1021.

Zervas, G., Proserpio, D., & Byers, J. W. (2017). The rise of the sharing economy: Estimating the impact of Airbnb on the hotel industry. *Journal of marketing research*, 54(5), 687-705.

Zhang, T. C., Gu, H., & Jahromi, M. F. (2019). What makes the sharing economy successful? An empirical examination of competitive customer value propositions. *Computers in Human Behavior*, 95, 275-283.

Zhang, Y. (2020). Determination of Labor Relations of New Employment Mode in the Sharing Economy. *Academic Journal of Business & Management*, 2(4).

Bilagor

Bilaga 1: enkäten på svenska och finska

Enkäten på svenska:

Delningsekonomins påverkan på olika branscher

1. *Vilken typ av aktör är ni?*

Svarsalternativen:

- *Hotell*
- *Vandrarhem*
- *Stuguthyrare*
- *Biluthyrare*
- *annan, vilken?*

2. *Vilken storleks företag är ni?*

Svarsalternativen:

- *stort företag (över 250 anställda)*
- *medelstort företag (50–249 anställda)*
- *småföretag (under 50 anställda)*
- *mikroföretag (under 5 anställda)*

3. *Vilken position har ni i företaget?*

4. Hur bekanta är ni med delningsekonomin och företag (ex. Airbnb och Bloxcar) inom er bransch, som kan klassas som att höra till den? Svara på en skala från 1 (inte bekant alls) till 7 (mycket bekant och mycket insatt i ämnet).

Svarsalternativen:

1. inte bekant alls
2. lite bekant, har hört om den
3. lite bekant, kan beskriva vad den går ut på
4. bekant, känner till några företag inom den
5. bekant, känner till många företag inom den
6. mycket bekant, ganska insatt i ämnet
7. mycket bekant, mycket insatt i ämnet

5. Hurdan påverkan har delningsekonomin eller företagen inom den haft på verksamheten inom ert företag från och med år 2018?

Ta ställning till hur delningsekonomin har påverkat följande delar av företagets verksamhet:

positivt negativt ingen påverkan

företagets ekonomi

företagets marknadsföring

företagets interna strukturer

6. På basis av svaret på föregående fråga, kan ni beskriva närmare hur denna påverkan har synats?
7. Efter detta, tog ni några åtgärder? Har ni ändrat på era handlingsätt på något sätt?

8. *Hurdana var resultaten av de möjliga åtgärderna som togs och handlingssätten som ändrades? Har dessa förändringar blivit en del av verksamheten eller var de endast tillfälliga?*

Enkäten på finska:

Jakelutalouden vaikutus eri aloihin

1. *Minkä tyypin yritys olette?*

- *Hotelli*
- *Hostelli*
- *Mökkivuokraaja*
- *Autovuokraamo*
- *Muu, mikä?*

2. *Minkä kokoinen yrityksenne on?*

- *Suuryritys (yli 250 työntekijää)*
- *Keskisuuri yritys (50-249 työntekijää)*
- *Pieni yritys (alle 50 työntekijää)*
- *Mikroyritys (alle 5 työntekijää)*

3. *Mikä on työnimikkeenne?*

4. *Miten hyvin tunnette jakelutalouden ja siihen kuuluvia yrityksiä (esim. Airbnb/Bloxcar), jotka voidaan luokitella kuuluvan alaanne? Vastaa asteikolla, jossa 1=en tunne ollenkaan ja 7=tunnen hyvin ja olen hyvin perehtynyt aiheeseen.*

Miten hyvin tunnette jakelutalouden?

- 1. En tunne ollenkaan*
- 2. Tunnen hieman, olen kuullut siitä*
- 3. Tunnen hieman, osaan sen perusteet*
- 4. Tunnen muutaman siihen kuuluvan yrityksen*
- 5. Tunnen monta siihen kuuluvaa yritystä*
- 6. Tunnen hyvin ja olen jonkin verran perehtynyt aiheeseen*
- 7. Tunnen hyvin ja olen hyvin perehtynyt aiheeseen*

- 5. Minkälainen vaikutus jakelutaloudella tai siihen kuuluvilla yrityksillä on ollut teidän yrityksenne toimintaan (vuodesta 2018 lähtien)?*

Positiivinen

negatiivinen

ei vaikutusta

Talouteen

Markkinointiin

Yrityksen rakenteisiin

- 6. Edellisen kysymyksen vastaukseen perustuen, voitteko kuvailla tarkemmin, miten tämä vaikutus on näkynyt?*
- 7. Tämän jälkeen, minkälaisiin toimenpiteisiin ryhdyitte? Oletteko muuttaneet toimintatapaanne jollakin tavalla?*
- 8. Minkälaisiin tuloksiin mahdolliset toimenpiteet ja muutetut toimintatavat johtivat? Ovatko nämä muutokset pysyneet osana yrityksen toimintaa vai olivatko ne ainoastaan väliaikaisia?*

Länk till enkäten: <https://survey.abo.fi/lomakkeet/13361/lomake.html>